

PENGANTAR :

Dr. Ngalimun, M. Pd., M. I.Kom

Universitas Muhammadiyah Banjarmasin



KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

Meningkatkan Efektivitas Kecakapan
Interpersonal dalam Bidang Kesehatan

PENULIS :

H. Khairul Anam, M. Kes - Latifah Husien Thalib, M. Pd
Hanura Aprilia, Ns., M. Kep - Diah Retno Wulan, M. Kep
Sri Purwanti, M. Kes - Isrowiyatun Daiyah, M. Keb
Dewi Kartika Wulandari, M. Kep - Izma Daud, M. Kep

- 1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah)
- 2) Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,-(lima puluh juta rupiah).

UU RI NO 7 TAHUN 1987 TENTANG HAK CIPTA
Perpustakaan Nasional Republik Indonesia
Katalog Dalam Terbitan
(KDT)

Komunikasi Antarpribadi

Meningkatkan Efektivitas Kecakapan Interpersonal
dalam Bidang Kesehatan

**H. Khairul Anam, M.Kes; Latifah Husien Thalib, M.Pd;
Hanura Aprilia, Ns., M.Kep; Diah Retno Wulan, M.Kep;
Sri Purwanti, M.Kes; Isrowiyatun Daiyah, M.Keb;
Dewi Kartika Wulandari, M.Kep; Izma Daud, M.Kep**



Komunikasi Antarpribadi

Meningkatkan Efektivitas Kecakapan Interpersonal
dalam Bidang Kesehatan

Penulis: H. Khairul Anam, M.Kes; Latifah Husien Thalib, M.Pd;
Hanura Aprilia, Ns., M.Kep; Diah Retno Wulan, M.Kep; Sri
Purwanti, M.Kes; Isrowiyatun Daiyah, M.Keb; Dewi Kartika
Wulandari, M.Kep; Izma Daud, M.Kep

Editor: -

Layout dan Ilustrasi Isi: Irana Jung
Sampul: Fikri Haekal Akbar

Diterbitkan Melalui:

CV. AHBAB PUSTAKA

Jalan Bumi Mas, Komplek Bumi Putera, RT 09, Nomor 44A,
Kelurahan Pemurus Baru, Kecamatan Banjarmasin Selatan,
Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Telp/WhatsApp: 085750787122/081545429650

Email: ahbabpustaka@gmail.com

Instagram: [@ahbabpustaka](https://www.instagram.com/ahbabpustaka)

xiv + 168 hlm; 14 x 21 cm

Cetakan I, Juli 2022

ISBN:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
All right reserved

Isi di luar tanggung jawab penerbit.

Pengantar Pakar

Dr. Ngalimun, M.Pd., M.I.Kom

Universitas Muhammadiyah Banjarmasin

Komunikasi interpersonal biasa terjadi pada orang-orang yang memiliki latar belakang yang sama. Kesamaan latar belakang akan membuat komunikan dan komunikator merasa cocok. Ciri komunikasi interpersonal yang paling menonjol adalah efek perubahan sikap. Hal ini terjadi di antaranya karena komunikasi interpersonal dilakukan secara tatap muka, berada dalam jarak dekat. Baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis, dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu. Peserta komunikasi juga dapat berupaya meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan sehingga pada akhirnya dapat mengubah sikap lawan bicara seperti yang dikehendaki.

Komunikasi interpersonal dapat diindikasikan bahwa dalam teknik presentasi juga terdapat kegiatan komunikasi interpersonal. Alasannya adalah karena dalam teknik presentasi arus pesan dua arah, konteks komunikasi juga dua arah. Tingkat umpan balik yang terjadi dalam presentasi juga cukup tinggi, efek yang ditimbulkan adalah adanya perubahan sikap.

Komunikasi Antarpribadi

Dalam memengaruhi atau mengubah sikap lawan bicara seperti yang dikehendaki dibutuhkan suatu kemampuan komunikasi interpersonal yang efektif. Komunikasi yang dilakukan secara tepat dengan cara dan bahasa yang mudah dipahami dan kalimat yang sistematis, dan lain sebagainya. Komunikasi Interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama.

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Komunikator adalah pihak yang memprakasai komunikasi, artinya yang mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Komunikan adalah pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan/sasaran komunikasi dari pihak lain (komunikator). Tujuan komunikasi akan tercapai manakala komunikan “menerima” (memahami makna) pesan dari komunikator, dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh (*comprehension*).

Kedua aspek ini penting karena berkaitan dengan kesuksesan pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan. Attention adalah proses awal dari seorang komunikan “memulai” mendengarkan pesan, menonton atau membaca pesan itu.

Seorang komunikator berusaha agar pesan itu diterima sehingga seperangkat pesan tersebut perlu mendapat perlakuan agar menarik perhatian. Sedangkan comprehension yaitu meliputi cara penggambaran pesan secara lengkap sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh komunikan.

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi, pikiran dan sikap tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan perilaku. Komunikasi antarpribadi dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Buku dengan judul *Komunikasi Antarpribadi: Meningkatkan Efektivitas Kecakapan Interpersonal* yang berada ditangan saudara ini adalah bukti karya nyata dari H. Kha-irul Anam, M.Kes dkk hadir dari ide dan buah pikiran yang dituangkan melalui buku ini. Saudara Ngalimun ini adalah salah satu dari sekian banyak mahasiswa saya di pascasarjan Ilmu Komunikasi yang produktif dalam menulis buku. Buku ini sangat tepat sekali digunakan bagi mahasiswa yang mengambil jurusan ilmu komunikasi dan pada jurusan umum lainnya yang di dalamnya ada mata kuliah Komunikasi Interpersonal. Saya sangat mengapresiasi bahwa sekecil apa pun karya nyata yang disumbangkan dalam memajukan dunia pendidikan, hendaknya selalu menjadi pemacu semangat dan mendorong agar lebih banyak lagi bermunculan penulis-penulis andal.

Komunikasi Antarpribadi

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada saudara H. Khairul Anam, M.Kes dkk yang telah menyumbangkan ilmunya melalui buku ini. Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Banjarmasin, 28 Juni 2022

Dr. Ngalimun, M.Pd., M.I.Kom

Kata Pengantar

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar-perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Komunikasi interpersonal ini adalah terjadi ketika seseorang (komunikator) mengirimkan stimuli (biasanya simbol-simbol verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain (komunikan) dalam sebuah peristiwa komunikasi. Seperti komunikasi secara umum yang memiliki ciri-ciri tertentu, komunikasi interpersonal juga memiliki ciri dan karakteristik yang lebih khusus. Di antaranya arus pesan dua arah, dilakukan secara tatap muka serta umpan balik segera. Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekadar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak.

Komunikasi Antarpribadi

Dalam proses komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Biasanya proses komunikasi ini dilakukan dalam bentuk antarpribadi yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator mengirim pesan kepada komunikan. Di sini komunikator menjadi *Encoder* (pengirim) dan komunikan menjadi *Decoder* (penerima). Akan tetapi komunikasi antarpribadi bersifat dialogisme, maka terjadilah pertukaran pesan, di mana komunikator menjadi *Decoder* (penerima) sementara komunikan menjadi *Encoder* (pengirim.). dalam komunikasi antar pribadi, karena situasinya adalah tatap muka (*face to face communication*) berbeda dengan komunikasi bermedia, di mana umpan balik tertunda (*delayed feedback*).

Komunikasi interpersonal paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi interpersonal memfokuskan dan mengirimkan serta menerima dan memahami pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. pesan dapat berbentuk verbal (seperti kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal.

Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang yang bukan bahasa dinamakan lambang nonverbal (*nonverbal symbol*). Komunikasi verbal sendiri terdiri dari bahasa lisan (*spoken word*) dan bahasa tertulis (*written word*) sedangkan komunikasi nonverbal di antaranya meliputi nada suara (*tone of voice*), desah (*sighs*), jeritan (*screams*), kualitas vokal (*vocal qualities*), isyarat (*gesture*), gerakan (*movement*), penampilan (*appearance*), dan ekspresi wajah (*facial expression*).

Buku berjudul “*Komunikasi Interpersonal*” yang sangat sederhana ini sengaja ditulis untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa yang mengambil mata kuliah komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi. Buku ini juga bisa digunakan bagi mereka yang akan memulai dan memperdalam ilmu komunikasi khususnya publik speaking.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tiada terhingga kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan dalam menyelesaikan buku ini. Penulis berharap kritik dan saran bagi para pembaca untuk kesempurnaan buku ini, karena bagaimanapun juga buku ini masih belum sempurna baik dari segi teknik penyajiannya maupun dari isi materinya. Mudah-mudahan buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin...

Banjarmasin, 25 Juni 2022

Penulis,

H. Khairul Anam, M.Kes dkk

Daftar Isi

Pengantar Pakar	v
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Bagian 1: Komunikasi Interpersonal	1
A. Apa Itu Komunikasi Interpersonal?	1
B. Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal	10
C. Karakteristik Komunikasi Interpersonal	12
D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal	15
E. Kompetensi dan Kecakapan Komunikasi Interpersonal	21
F. Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal	24
G. Sifat-sifat Komunikasi interpersonal	28
H. Hubungan Interpersonal yang Efektif	30
I. Faktor-Faktor Menumbuhkan Komunikasi Interpersonal	33
BAGIAN 2: POLA KOMUNIKASI EFEKTIF	35
A. Pengertian Pola Komunikasi	35
B. Pola-pola Komunikasi	37
C. Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi	40
D. Komunikasi Efektif	40
E. Fungsi dan Proses Komunikasi Efektif	43
BAGIAN 3: KOMUNIKASI PERSUASIF	47
A. Komunikasi Persuasif	47
B. Sifat dan Strategi Persuasif	51
C. Prinsip-prinsip Persuasif	53
D. Teori-teori Persuasif	54

E. Tahapan Komunikasi Persuasif.....	55
F. Teknik-teknik Persuasif	58
G. Daya Tarik Pesan.....	60
BAGIAN 4: BERBICARA.....	63
A. Berbicara	63
B. Tujuan Bicara dan jenis Bicara.....	65
C. Keterampilan Berbicara	68
D. Ciri-Ciri Keterampilan Berbicara	70
E. Tujuan Keterampilan Berbicara	71
F. Cara Meningkatkan Keterampilan Berbicara.....	75
G. Hambatan-Hambatan Dalam Kemampuan Berbicara.....	76
H. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keterampilan Berbicara	78
I. Berbicara dengan Bahasa Tubuh	79
BAGIAN 5: KOMUNIKASI PUBLIK.....	89
A. Komunikasi Publik	89
B. Karakteristik Komunikasi Publik.....	90
C. Persiapan Berbicara di Depan Umum.....	91
D. Tindak Tutur.....	94
E. Kontak Mata, Vokalik, Ketepatan dan Perencanaan.....	95
F. Keberanian Berbicara	97
G. Model Komunikasi One Way Communication	101
H. Model Komunikasi Satu Arah	104
BAGIAN 6: PIDATO	109
A. Pidato	109
B. Jenis Pidato	112
C. Teknik Berpidato	116
D. Prinsip 3V (Vokal, Verbal dan Visual)	119
E. Langkah-Langkah Efektif Terampil Berpidato	120
BAGIAN 7: ETIKA DAN KEPRIBADIAN BERKOMUNIKASI	129
A. Hakikat Etika.....	129
B. Etiket	130
C. Etika dalam Konteks Komunikasi.....	132
D. Kepribadian	134
E. Introvert.....	137
F. Ekstrovert.....	139

Komunikasi Antarpribadi

G. Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert	140
BAGIAN 8: THE SHOW AND PERFORMANCE.....	143
A. Presentasi.....	143
B. Teknik Penguasaan Pesan	148
C. Teknik Penyampaian Pesan	149
D. Pendukung Keberhasilan dalam Presentasi.....	155
E. Teknik Penutupan Presentasi.....	158
Daftar Pustaka	160
Tentang Penulis	166

Komunikasi Interpersonal

Bagian 1

A. Apa Itu Komunikasi Interpersonal?

Definisi konseptual komunikasi adalah usaha untuk menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang lain. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam komunikasi ini memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampaian pesan dan penerimanya yaitu komunikator dan komunikan.

Komunikasi Antarpribadi

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian seseorang terhadap orang lain.¹

R. Wayne Pace (1979) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau communication interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung.²

Menurut Johnson, secara luas komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun non verbal yang ditanggapi oleh orang lain. Setiap bentuk tingkah laku mengungkapkan pesan tertentu, sehingga juga merupakan bentuk komunikasi. Sedangkan secara sempit komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang kepada satu atau lebih penerima dengan maksud sadar untuk memengaruhi tingkah laku si penerima.³

Joseph A. Devito mengartikan *the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*/Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa umpan balik seketika.⁴

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 9

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal.32

³ A. Supratiknya, *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antar Pribadi* (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hal. 30.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2003) hal. 59-60

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

Komunikasi personal adalah komunikasi langsung antara dua atau tiga orang dalam kedekatan fisik, dalam hal ini seluruh panca indra dapat dimanfaatkan dan umpan baiknya segera terlihat.⁵

Bochner (1978), komunikasi antarpribadi merupakan proses penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.⁶

Everett M. Rogers mengartikan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi.⁷ Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi serta peminjaman pengertian antara dua orang atau lebih dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*).⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian pesan antara dua orang atau kelompok kecil secara langsung baik itu pesan verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan *feedback* secara langsung.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Komunikasi interpersonal ini adalah terjadi ketika seseorang (komunikator) mengirimkan stimuli (biasanya simbol-simbol verbal) untuk mengubah tingkah laku orang

⁵ Reed H. Blake dan Edwin O. Haroldson, *Taksonomi konsep Komunikasi*, Terj. Hasan Bahanan (Surabaya: Papyrus, 2003), hal. 30

⁶ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2010), hal.252.

⁷ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2008), hal. 35

⁸ W. A. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Askara, 1993), hal.8

Komunikasi Antarpribadi

lain (komunikan) dalam sebuah peristiwa komunikasi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Seperti komunikasi secara umum yang memiliki ciri-ciri tertentu, komunikasi interpersonal juga memiliki ciri dan karakteristik yang lebih khusus. Di antaranya arus pesan dua arah, dilakukan secara tatap muka serta umpan balik segera. Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekadar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak.

Dalam komunikasi proses komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.⁹ Biasanya proses komunikasi ini dilakukan dalam bentuk antarpribadi yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator mengirim pesan kepada komunikan. Di sini komunikator menjadi *Encoder* (pengirim) dan komunikan menjadi *Decoder* (penerima). Akan tetapi komunikasi antarpribadi bersifat dialogisme, maka terjadilah pertukaran pesan, di mana komunikator menjadi *Decoder* (penerima) sementara komunikan menjadi *Encoder* (pengirim.). dalam komunikasi antarpribadi, karena situasinya adalah tatap muka (*face to face communication*) berbeda dengan komunikasi bermedia, di mana umpan balik tertunda (*delayed feedback*).¹⁰

⁹ Erliana Hasan, *Komunikasi Pemerintahan* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005), hal. 20.

¹⁰ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 15.

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

Encoding–Decoding Encoding adalah tindakan menghasilkannya pesan, artinya pesan-pesan yang akan disampaikan diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata atau simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan-pesan yang *decoding*. Kemudian komponen saluran dalam diterima, disebut juga sebagai komunikasi interpersonal berfungsi sebagai media di mana dapat menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan atau informasi. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media massa.

Komunikasi interpersonal paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi interpersonal memfokuskan dan mengirimkan serta mengirimkan pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. pesan dapat berbentuk verbal (seperti kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang yang bukan bahasa dinamakan lambang nonverbal (*nonverbal symbol*). Komunikasi verbal sendiri terdiri dari bahasa lisan (*spoken word*) dan bahasa tertulis (*written word*) sedangkan komunikasi nonverbal di antaranya meliputi nada suara (*tone of voice*), desah (*sighs*), jeritan (*screams*), kualitas vokal (*vocal qualities*), isyarat (*gesture*), gerakan (*movement*), penampilan (*appearance*), dan ekspresi wajah (*facial expression*).¹¹

Pada arus komunikasi cenderung dua arah yang dimaksud adalah komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah.

¹¹ S. Djuarsa Senjaya, *Teori Komunikasi* (Jakarta :Universitas Terbuka, 1994), hal. 228.

Komunikasi Antarpribadi

Antara komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Kemudian umpan balik juga tinggi, hal ini terjadi karena komunikasi interpersonal biasanya menemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Komunikasi interpersonal biasa terjadi pada orang-orang yang memiliki latar belakang yang sama. Kesamaan latar belakang akan membuat komunikan dan komunikator merasa cocok. Ciri komunikasi interpersonal yang paling menonjol adalah efek perubahan sikap. Hal ini terjadi di antaranya karena komunikasi interpersonal dilakukan secara tatap muka, berada dalam jarak dekat. Baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis, dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu. Peserta komunikasi juga dapat berupaya meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan sehingga pada akhirnya dapat mengubah sikap lawan bicara seperti yang dikehendaki.

Melihat dari ciri komunikasi interpersonal tersebut, maka dapat diindikasikan bahwa dalam teknik presentasi juga terdapat kegiatan komunikasi interpersonal. Alasannya adalah karena dalam teknik presentasi arus pesan dua arah, konteks komunikasi juga dua arah. Tingkat umpan balik yang terjadi dalam presentasi juga cukup tinggi, efek yang ditimbulkan adalah adanya perubahan sikap. Dalam mempengaruhi atau mengubah sikap lawan bicara seperti yang dikehendaki dibutuhkan suatu kemampuan komunikasi interpersonal yang efektif. Komunikasi yang dilakukan secara tepat dengan cara dan bahasa yang mudah dipahami dan kalimat yang sistematis, dan lain sebagainya. Komunikasi Interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk mem-

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

beri inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama.

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Komunikator adalah pihak yang memprakasai komunikasi, artinya yang mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Komunikan adalah pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan/sasaran komunikasi dari pihak lain (komunikator). Tujuan komunikasi akan tercapai manakala komunikan “menerima” (memahami makna) pesan dari komunikator, dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh (*comprehension*).

Kedua aspek ini penting karena berkaitan dengan kesuksesan pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan. *Attention* adalah proses awal dari seorang komunikan “memulai” mendengarkan pesan, menonton atau membaca pesan itu. Seorang komunikator berusaha agar pesan itu diterima sehingga seperangkat pesan tersebut perlu mendapat perlakuan agar menarik perhatian. Sedangkan *comprehension* yaitu meliputi cara penggambaran pesan secara lengkap sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh komunikan.

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi, pikiran dan sikap tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komu-

Komunikasi Antarpribadi

nikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan perilaku.

Komunikasi antarpribadi dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Berikut ini terdapat tiga perspektif yang membahas tentang karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif, di antaranya:

1. Perspektif humanistic

a. Keterbukaan (openness)

Memiliki pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi yang efektif, individu harus terbuka pada pasangan yang diajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri dan memberikan informasi, lalu kesediaan untuk mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki, dan juga mempertanggung jawabkannya. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, maka kita perlu bersikap terbuka.

b. Empati (empathy)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau perana orang lain. Dalam arti bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

c. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila dalam diri seseorang ada perilaku *supportiveness*. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Sikap mendukung adalah sikap yang mengurangi sikap *defensive* dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang *defensive* akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

d. Sikap positif (*positiveness*)

Memiliki perilaku positif yakni berpikir secara positif terhadap diri sendiri dan orang lain.

e. Kesetaraan (*equality*)

Keefektifan komunikasi interpersonal juga ditentukan oleh kesamaan-kesamaan yang dimiliki pelakunya. Seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya.

2. Perspektif pragmatis

a. Kepercayaan diri (*confidence*)

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri dalam bersosialisasi, di mana hal tersebut dapat dilihat pada kemampuannya untuk menghadirkan suasana nyaman pada saat interaksi terjadi pada orang-orang yang merasa gelisah, pemalu, atau khawatir dan membuat mereka merasa lebih nyaman.

b. Kebersatuan (*immediacy*)

Mengacu pada penggabungan antara komunikasi dan komunikator, di mana terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan yang mengisyaratkan minat dan perhatian untuk mau mendengarkan.

Komunikasi Antarpribadi

c. Manajemen interaksi (interaction management)

Dalam melakukan suatu komunikasi dapat mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua pihak, sehingga tidak seorang pun merasa diabaikan atau merasa menjadi pihak tokoh yang paling penting. Beberapa cara yang tepat untuk melakukannya adalah dengan menjaga peran sebagai komunikan dan komunikator melalui gerakan mata, ekspresi vokal, gerakan tubuh dan wajah yang sesuai, dan juga dengan saling memberikan kesempatan untuk berbicara. Hal ini merupakan wujud dari sebuah manajemen interaksi.

d. Daya ekspresi (expressiveness)

Mengacu pada kemampuan untuk mengkomunikasikan apa yang ingin disampaikan dengan aktif, bukan dengan menarik diri atau melemparkan tanggung jawab kepada orang lain.

e. Orientasi ke pihak lain (other orientation)

Dalam hal ini dimaksudkan untuk lebih menyesuaikan diri pada lawan bicara dan mengkomunikasikan perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan oleh lawan bicara. Mengomunikasikan keinginan untuk bekerja sama dalam mencari pemecahan masalah.

B. Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal

1. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu negara. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikirannya tersebut ke dalam seperangkat *symbol verbal* maupun nonverbal yang idealnya dipahami

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

oleh si penerima pesan. Proses inilah yang disebut dengan *encoding*/penyandian. Pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan sumber memengaruhi sumber dalam merumuskan pesan.

2. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat *symbol verbal* dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan memiliki tiga komponen, yaitu: makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan benda, gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, pamflet). Kata-kata memungkinkan seseorang berbagi pikiran dengan orang lain.
3. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, berbentuk verbal atau nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan suara, meskipun juga bisa seseorang menggunakan kelima indera untuk menerima pesan dari komunikator. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan, apakah melalui tatap muka, atau lewat media cetak, atau media elektronik, semua itu bisa dikategorikan sebagai saluran dalam komunikasi. Pengirim akan memilih saluran bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai, dan jumlah penerima pesan yang dihadapi.

Komunikasi Antarpribadi

4. Penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), penyandi balik (*decoder*), atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengamatan masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian balik (*decoding*).
5. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.¹²

C. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal, antara lain: arus pesan dua arah, suasana informal, umpan balik segera, peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, dan peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara smultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Berikut Karakteristik Komunikasi Interpersonal:

¹² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 69-71

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

Tabel Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Audience atau komunikan	Pesan	Sumber	Saluran
a. Berjumlah kecil b. Homogen, c. Mudah dikenali, d. Berjarak dekat.	1. Dikirimkan dalam keadaan terbatas atau pribadi, 2. Isinya tidak mengalami pembatasan, dan 3. Kecepatan transmisinya dipengaruhi oleh hambatan hubungan.	a. Komunikator sering bekerja mandiri, b. Tidak membutuhkan biaya, dan c. Adanya keterlibatan pemuka pendapat.	Komunikasi personal memakai saluran komunikasi informal. Saluran komunikasi informal adalah jaringan komunikasi antarpribadi yang diciptakan di antara interaksi pribadi secara tatap muka dengan tujuan dan kepentingan yang sama. Saluran komunikasi sendiri diartikan sebagai penghubung efektif yang saling memadukan getaran-getaran sumber penerima dalam suatu struktur komunikasi, di mana pesan mengalir.

Sumber: Reed H. Blake dan Edwin O. Haroldson, Taksonomi konsep Komunikasi, Terj. Hasan Bahanan (Surabaya: Papyrus, 2003), hlm. 41.

Komunikasi Antarpribadi

Sementara itu Judy C. Pearson menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal,¹³ yaitu:

1. Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (self). Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.
2. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional. Ciri komunikasi seperti ini terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
3. Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Maksudnya bahwa efektivitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan kadar hubungan antar individu.
4. Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antar pihak-pihak yang berkomunikasi. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala antar pihak-pihak yang berkomunikasi itu saling bertatap muka.
5. Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu sama lainnya (interdependensi). Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
6. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika seseorang sudah terlanjur mengucapkan sesuatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang, karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan. Ibaratnya seperti anak panah yang sudah terlepas dari busurnya,

¹³ Suranto AW. *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal.16.

sudah tidak dapat ditarik lagi. Memang kalau seseorang terlanjur melakukan salah ucap, orang tersebut dapat meminta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang sudah diucapkan.

D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal

Kegiatan komunikasi interpersonal yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memilikisuatu tujuan atau sesuatu yang diharapkan. Tujuan dari komunikasi interpersonal sangat beragam, namun pada intinya tujuan komunikasi interpersonal adalah dapat tercipta saling pengertian di antara pihak yang terlibat dalam komunikasi. Fungsi komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.¹⁴

Komunikasi interpersonal, dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan di antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi.¹⁵

Fungsi komunikasi antarpribadi terdiri atas:

1. Fungsi sosial.

Secara otomatis mempunyai fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain.

¹⁴ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 33

¹⁵ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 56

Komunikasi Antarpribadi

Adapun aspek-aspek yang terkandung dalam fungsi sosial komunikasi antarpribadi adalah:

- a. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis.
- b. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
- c. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
- d. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
- e. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

2. Fungsi pengambilan keputusan

Banyak dari keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar pendapat, saran, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain. Pengambilan keputusan meliputi:

- a. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.
- b. Manusia berkomunikasi untuk memengaruhi orang lain.

Adapun fungsi lain dari komunikasi interpersonal adalah:

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin dan cuek.

b. Menemukan diri sendiri

Artinya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

c. Menemukan dunia luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain.

e. Memengaruhi sikap dan tingkah laku

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap. Pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media). Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab pada dasarnya, komunikasi adalah sebuah fenomena, sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan memberi makna pada situasi kehidupan manusia, termasuk memberi makna tertentu terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sikap.

f. Mencari kesenangan atau sekadar menghabiskan waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekadar mencari kesenangan atau hiburan.

g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*miss communication*) dan salah interpretasi (*miss interpretation*) yang terjadi antar sumber

Komunikasi Antarpribadi

dan penerima pesan. Karena dengan komunikasi interpersonal dapat dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.

h. Memberikan bantuan (konseling)

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya.

Setiap orang yang melakukan komunikasi tentu memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satunya adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain, agar orang tersebut mengetahui sesuatu.

Komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan, di antaranya:

- a. Menemukan diri sendiri
- b. Menemukan dunia luar
- c. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti
- d. Berubah sikap dan tingkah laku
- e. Untuk bermain dan kesenangan
- f. Untuk membantu atau memotivasi

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Akan sangat menarik bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber dan umpan balik yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

Menemukan dunia luar mempunyai maksud bahwa komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa. Hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak waktu yang kita miliki kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan oranglain. Selain itu banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita dapat memberikan saran atau motivasi dengan cara tertentu sehingga orang lain dapat berbuat atau bertindak sesuai keinginan kita.

Tujuan komunikasi interpersonal salah satunya adalah untuk bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu.

Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan ketenangan dari semua keseriusan di lingkungan kita. Komunikasi interpersonal juga mempunyai tujuan untuk membantu dan memotivasi. Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita juga dapat membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang memiliki masalah, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal juga memiliki tujuan untuk saling membagi pengalaman pribadi kepada orang lain mengenai hal-hal yang menyenangkan maupun menyedihkan. Saling berbagi rasa pada umumnya tidak disampaikan kepada setiap orang, tetapi hanya kepada seseorang yang dapat dipercaya.

Tujuan komunikasi interpersonal salah satunya adalah menumbuhkan simpati. Simpati adalah suatu sikap positif yang ditunjukkan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati yang paling dalam untuk ikut merasakan bagaimana beban atau kesedihan yang sedang dirasakan oleh orang lain. Misalnya seorang karyawan suatu perusahaan dapat menunjukkan rasa simpatinya kepada teman sejawat yang sedang ditimpa musibah dengan cara mengunjungi rumahnya atau bersilaturahmi dengan memberikan bantuan sejumlah uang untuk membantu mengurangi beban biaya pengobatan temannya.

Tujuan lainnya adalah untuk melakukan kerjasama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Misalnya dalam hubungan bilateral antarnegara, seperti yang terjadi antara Indonesia dengan Malaysia. Dengan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik maka timbul kerjasama dalam berbagai bidang yang mana berdampak positif bagi kedua negara tersebut.

Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan untuk melampiaskan kekecewaan kepada orang lain. Pengungkapan segala bentuk kekecewaan atau kekesalan secara tepat, secara tidak langsung akan dapat mengurangi beban pikiran. Misalnya seseorang yang mencurahkan isi hati kepada sahabatnya mengenai hubungan kerja di bagian tempat ia bekerja yang sangat tidak kondusif dan tidak nyaman.

Selain itu, melalui komunikasi interpersonal seseorang dapat termotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif. Motivasi adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu.

Contohnya seorang mahasiswa yang bercerita kepada temannya bahwa ia sering membaca buku sehingga dia memiliki wawasan yang luas dan menjadi mahasiswa pandai. Mendengar cerita tersebut maka teman dari mahasiswa akan merasa antusias dan tertarik kemudian termotivasi untuk banyak membaca seperti yang dilakukan oleh mahasiswa.

E. Kompetensi dan Kecakapan Komunikasi Interpersonal

Agar komunikasi interpersonal berjalan lancar dan mendatangkan hasil yang diharapkan, baik pemberi maupun penerima pesan perlu memiliki kemampuan dan kecakapan komunikasi interpersonal yang diperlukan.

1. Kecakapan Sosial

Kecakapan sosial mengandung beberapa segi: Kecakapan kognitif adalah kecakapan pada tingkat pemahaman. Kecakapan ini membantu pihak-pihak yang berkomunikasi mengerti bagaimana cara mencapai tujuan personal dan relasional dalam komunikasi dengan orang lain.¹⁶

Kecakapan kognitif meliputi:

- a. Empati (*empathy*): kecakapan untuk memahami pengertian dan perasaan orang lain tanpa meninggalkan sudut pandang sendiri tentang hal yang menjadi bahan komunikasi.
- b. Prespektif Sosial (*social perspective*): kecakapan melihat kemungkinan-kemungkinan perilaku yang dapat diambil orang yang berkomunikasi dengan dirinya. Dengan kecakapan itu seseorang dapat meramalkan perilaku apa yang sebaiknya diambil, dan dapat menyipkan tanggapan yang tepat dan efektif.

¹⁶ Agus M. Hardjana, *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*, (Yogyakarta: Kanisus, 2007), hal. 104

Komunikasi Antarpribadi

- c. Kepekaan (*sensitivity*) terhadap peraturan atau standar yang berlaku dalam komunikasi interpersonal. Dengan kepekaan itu seseorang dapat menetapkan perilaku mana yang diterima dan perilaku mana yang tidak diterima oleh rekan yang berkomunikasi. Karena dengan begitu seseorang dapat mengambil perilaku yang memenuhi harapan-harapannya dan menghindari perilaku yang mengecewakan harapan-harapannya.
- d. Pengetahuan akan situasi pada waktu berkomunikasi. Ada waktu dan tempat untuk segala sesuatu. Dalam komunikasi, situasi sekeliling dan keadaan orang yang berkomunikasi dengan seseorang berperan penting. Pengetahuan akan situasi dan keadaan orang merupakan pegangan bagaimana seseorang harus berperilaku dalam situasi itu. Berdasarkan pengetahuan akan situasi, seseorang dapat menetapkan kapan dan bagaimana masuk dalam percakapan, menilai isi dan cara berkomunikasi pihak yang berkomunikasi dengan seseorang tersebut, dan selanjutnya mengolah pesan yang diterima.
- e. Memonitor diri (*self-monitoring*): kecakapan memonitor diri membantu seseorang menjaga ketepatan perilaku dan jeli memperhatikan pengungkapan diri orang yang berkomunikasi dengan seseorang tersebut. Orang yang memiliki self-monitoring yang tinggi mampu menggunakan perilaku sendiri dan perilaku orang lain untuk memilih perilaku selanjutnya yang tepat.

2. Kecakapan Behavioral

Kecakapan behavioral adalah kecakapan pada tingkat perilaku. Kecakapan ini membantu seseorang untuk melaksanakan perilaku yang membawa seseorang mencapai tujuan, baik personal maupun relasional dalam komunikasi dengan orang lain.

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

Kecakapan behavioral meliputi:

- a. Keterlibatan interaktif (*interactive involvement*). Kecakapan ini menentukan tingkat keikutsertaan dan partisipasi seseorang dalam komunikasi dengan orang lain.

Kecakapan ini meliputi:

- 1) Sikap tanggap (*responsiveness*). Dengan sikap tanggap ini dengan cepat seseorang akan membaca situasi sosial di mana seseorang berada dan tahu apa yang harus dikatakan dan dilakukan, kapan dikatakan dan dilakukan, serta bagaimana dikatakan dan dilakukan.
 - 2) Sikap perseptif (*perceptiveness*). Dengan kecakapan ini seseorang dibantu untuk memahami bagaimana orang yang berkomunikasi dengan seseorang tersebut mengartikan perilaku seseorang tersebut dan tahu bagaimana seseorang tersebut mengartikan perilakunya.
 - 3) Sikap penuh perhatian (*attentiveness*). Kecakapan ini membantu seseorang untuk menyadari faktor-faktor yang menciptakan situasi di mana seseorang berada.
- b. Manajemen interaksi (*interaction management*). Kecakapan itu membantu seseorang mampu mengambil tindakan-tindakan yang berguna bagi seseorang untuk mencapai tujuan komunikasi. Misalnya, kapan mengambil inisiatif untuk mengawali topik baru, dan kapan mengikuti saja topik yang dikemukakan orang lain.
 - c. Keluwesan perilaku (*behavioral flexibility*). Kecakapan ini membantu seseorang untuk melaksanakan berbagai kemungkinan perilaku yg dapat diambil untuk mencapai tujuan komunikasi.

Komunikasi Antarpribadi

- d. Mendengarkan (*listening*). Kecakapan ini membantu seseorang untuk dapat mendengarkan orang yang berkomunikasi dengan seseorang tidak hanya isi, tetapi juga perasaan, keprihatinan, dan kekhawatiran yang menyertainya. Kecakapan mendengarkan membuat seseorang menjadi rekan komunikasi yang baik karena membuat orang yang berkomunikasi dengan seseorang tersebut merasa diterima, dan seseorang tersebut dapat menanggapi dengan tepat.
- e. Gaya sosial (*social style*). Kecakapan ini membantu seseorang dapat berperilaku menarik, khas, dan dapat diterima oleh orang yang berkomunikasi dengan seseorang tersebut.
- f. Kecemasan komunikasi (*communication anxiety*). Dengan kecakapan ini seseorang dapat mengatasi rasa takut, bingung, dan kacau pikiran, tubuh gemetar, dan rasa demam panggung yang muncul dalam komunikasi dengan orang lain.

F. Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal

Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam yaitu¹⁷:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi Diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam 3 bentuk yakni:
 - a. Percakapan: berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal.
 - b. Dialog: berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal.

¹⁷ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004) hal.32

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

- c. Wawancara: sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya berada pada posisi menjawab.
2. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara tatap muka, di mana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Dan komunikasi kecil ini banyak dinilai dari sebagai type komunikasi antarpribadi karena:
 - a. Anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka.
 - b. Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong di mana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi.
 - c. Sumber penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti saat ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Karena itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam. Misalnya: si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa memengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi.

Tidak ada batas yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 atau bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak ada yang lebih dari 50 orang. Sebenarnya untuk memberi batasan pengertian terhadap konsep komunikasi interpersonal tidak begitu mudah. Hal ini disebabkan adanya pihak yang memberi definisi komunikasi interpersonal sebagai proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau secara tatap muka.

Komunikasi Antarpribadi

Proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka dapat dibagi menjadi:

a. Dialog

Dialog berasal dari kata Yunani “Dia” yang mempunyai arti antara, bersama. Sedangkan “legein” berarti berbicara, bercakap-cakap, bertukar pikiran, dan gagasan bersama.¹⁸

Dialog sendiri merupakan percakapan yang mempunyai maksud untuk saling mengerti, memahami, dan mampu menciptakan kedamaian dalam bekerjasama untuk memenuhi kebutuhannya. Pelaku komunikasi yang terlibat dalam bentuk dialog bisa menyampaikan beberapa pesan, baik kata, fakta, pemikiran, gagasan dan pendapat, dan saling berusaha mempertimbangkan, memahami dan menerima.

Dialog yang dapat dilakukan dengan baik dapat membuahkan hasil yang tidak sedikit, baik pada tingkat pribadi, yang dapat meningkatkan sikap saling memahami dan menerima, serta mengembangkan kebersamaan dan hidup yang damai serta saling menghormati.

b. Sharing

Dalam bentuk komunikasi antarpribadi yang satu ini lebih pada bertukar pendapat, berbagi pengalaman, merupakan pembicaraan antara dua orang atau lebih, di mana di antara pelaku komunikasi saling menyampaikan apa yang telah mereka alami dalam hal yang menjadi bahan pembicaraan. Semuanya tidak terlepas dari harapan untuk saling bertukar pengalaman hidup masing-masing guna memperkaya pengalaman hidup pribadi.

Dengan bentuk sharing dalam komunikasi antarpribadi dapat bermanfaat untuk memperkaya pengalaman diri de-

¹⁸ Agus M. Hardjana, *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*, (Yogyakarta: Kanisus, 2007), hal. 104

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

ngan berbagi masukan yang bisa diambil dari curhatan dari lawan bicaranya, selain itu kita sendiri akan mampu untuk melepaskan batin yang mungkin selama ini masih menjadi beban pribadi.

c. Wawancara

Dalam komunikasi wawancara merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk tercapainya sesuatu. Pihak yang terjadi dalam komunikasi dalam bentuk wawancara ini saling berperan aktif dalam pertukaran informasi. Selama wawancara tersebut berlangsung pihak yang mewawancarai dan diwawancarai, keduanya terlibat dalam proses komunikasi dengan saling berbicara, mendengar, dan juga menjawabnya.

Dengan menggunakan bentuk komunikasi wawancara dalam komunikasi antarpribadi mampu memberikan wawasan yang lebih luas, memberikan informasi dan juga mendorong semangat hidup serta mempunyai motivasi yang tinggi untuk menjadi manusia yang lebih baik lagi.

d. Konseling

Bentuk komunikasi antarpribadi yang satu ini lebih banyak dipergunakan di dunia pendidikan, perusahaan untuk masyarakat. Bentuk ini biasanya digunakan untuk menjerihkan masalah orang yang meminta bantuan (*counsellor*) dengan mendampinginya dalam melihat masalah, memutuskan masalah, menemukan cara-cara yang tepat, dan memungkinkan untuk mencari cara yang tepat untuk pelaksanaan keputusan tersebut.¹⁹

¹⁹ Agus M. Hardjana, *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal* (Yogyakarta: Kanisus, 2007), hal. 116

G. Sifat-sifat Komunikasi interpersonal

1. Komunikasi Interpersonal bersifat Dialogis

Dalam artian arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung (*face to face*) atau tatap muka sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan dan secara pasti akan mengetahui apakah komunikasinya positif, negatif dan berhasil atau tidak. Apabila tidak berhasil maka komunikator dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

1. Komunikasi Interpersonal melibatkan jumlah orang yang terbatas

Artinya bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau tiga orang lebih dalam berkomunikasi. Jumlah yang terbatas ini mendorong terjadinya ikatan secara intim atau dekat dengan lawan komunikasi.

2. Komunikasi Interpersonal terjadi secara Spontan

Terjadinya komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya, komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.

3. Komunikasi Interpersonal menggunakan Media

Secara sadar atau tidak, sering kita beranggapan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan langsung, itu harus selalu berhadapan secara fisik, padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka tersebut bisa terjadi melalui atau menggunakan saluran yaitu media. Media yang sering digunakan seperti; telepon, internet, teleconference.

4. Komunikasi Interpersonal Keterbukaan (Openess)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antarpribadi yang efektif. Keter-

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

bukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan kita di masa kini tersebut.

5. Komunikasi Interpersonal bersifat Empati (Empathy)

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator (pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan). Empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain.

6. Komunikasi Interpersonal bersifat Dukungan (Supportiveness)

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif. Orang yang defensif cenderung lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami pesan orang lain.

7. Komunikasi Interpersonal bersifat Positif (Positiveness)

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

Rasa positif adalah adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator untuk memberikan penilaian yang positif pada diri komunikan. Dalam komunikasi antarpribadi, hendaknya antara komunikator dengan komunikan saling menunjukkan sikap positif karena dalam hubungan komunikasi tersebut akan muncul suasana menyenangkan sehingga pemutusan hubungan komunikasi tidak dapat terjadi.

Komunikasi Antarpribadi

Sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan diri; positif dan negatif. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif, akan lahir pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

8. Komunikasi Interpersonal bersifat Kesetaraan atau Kesamaan (Equality)

Yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan, persamaan dan kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan atau kecantikan.

H. Hubungan Interpersonal yang Efektif

Komunikasi Interpersonal dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara sukarela oleh penerima pesan, dan dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi, dan tidak ada hambatan untuk hal itu. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu: (1) pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator (2) ditindaklanjuti dengan perbuatan secara sukarela (3) meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi.

Adapun menurut Komar (2000) efektifitas komunikasi antarpribadi mempunyai lima ciri, sebagai berikut²⁰:

²⁰Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2008),hal. 36.

Bagian 1: Komunikasi Interpersonal

1. Keterbukaan/*Openess*. Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi.
2. Empaty/*Empaty*. Merasakan apa yang dirasakan orang lain.
3. Dukungan/*Supportiveness*. Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung secara efektif.
4. Rasa positif/*Positiviness*. Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
5. Kesetaraan/*Equality*. Pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Keefektifan komunikasi interpersonal dapat pula dijelaskan dari perspektif *The 5 Inevitable Laws of Effective Communication* atau lima hukum komunikasi efektif. Lima hukum itu meliputi²¹:

1. Respect

Hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi interpersonal yang efektif adalah respect, ialah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Ingatlah bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Bahkan jika harus mengkritik atau memarahi seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan seseorang.

²¹ Suranto AW. *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 82-84.

Komunikasi Antarpribadi

Jika komunikasi dibangun dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka akan terbangun kerjasama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan kualitas hubungan antar manusia.

2. Empathy

Empathy (empati) adalah kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain.

3. Audible

Makna dari audible antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.

4. Clarity

Selain bahwa pesan harus dimengerti dengan baik, maka hukum ke empat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Clarity dapat pula berarti keterbukaan dan transparansi.

5. Humble

Hukum kelima dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang dimiliki.

Jika komunikasi yang dibangun didasarkan pada lima hukum pokok komunikasi yang efektif ini, maka dapat menjadi seorang komunikator yang handal, dapat menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai dengan keadaan komunikasi. Komunikasi yang tidak mempertimbangkan keadaan komunikasi, akan menghasilkan komunikasi yang arogan, satu arah, dan seringkali menjengkelkan orang lain.

I. Faktor-Faktor Menumbuhkan Komunikasi Interpersonal

1. Percaya (*Trust*)

Dari berbagai faktor yang paling memengaruhi komunikasi antarpribadi adalah faktor kepercayaan. Apabila antara suami dan istri memiliki rasa saling percaya maka akan terbina saling pengertian sehingga terbentuk sikap saling terbuka, saling mengisi, saling mengerti dan terhindar dari kesalahpahaman. Sejak tahap pengenalan dan tahap peneguhan, kepercayaan menentukan efektivitas komunikasi.

Ada tiga faktor utama yang menumbuhkan sikap percaya yaitu:

- a. Menerima, adalah kemampuan berhubungan dengan orang lain tanpa menilai dan tanpa berusaha mengendalikannya. Sikap menerima tidak semudah yang dikatakan. Kita selalu cenderung menilai dan sukar menerima. Akibatnya, hubungan interpersonal tidak dapat berlangsung seperti yang diharapkan.
- b. Empati, hal ini dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional bagi kita.
- c. Kejujuran, menyebabkan perilaku kita dapat diduga. Ini mendorong orang lain untuk dapat percaya pada kita. Dalam proses komunikasi interpersonal pada pasangan suami istri, kejujuran dalam berkomunikasi amatlah penting.

Komunikasi Antarpribadi

Menurut psikologi humanistik, pemahaman interpersonal terjadi melalui *self disclosure*, *feedback*, dan *sensitivity to the disclosure of other*. Kesalahpahaman dan ketidakpuasan dalam suatu jalinan antarpribadi diakibatkan oleh ketidakjujuran, tidak adanya keselarasan antara tindakan dan perasaan, serta terhambatnya pengungkapan diri.

2. Sikap Suportif

Adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal gagal, karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam komunikasi dibandingkan memahami pesan orang lain.

3. Sikap Terbuka

Sikap ini amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Dengan komunikasi yang terbuka diharapkan tidak akan ada hal-hal yang tertutup, sehingga apa yang ada pada diri suami juga diketahui oleh istri, demikian sebaliknya. Dengan sikap saling percaya dan suportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal. Walaupun berkomunikasi merupakan salah satu kebiasaan dengan kegiatan sepanjang kehidupan, namun tidak selamanya akan memberikan hasil seperti yang diharapkan.

Pola Komunikasi Efektif

Bagian 2

A. Pengertian Pola Komunikasi

Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap, sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang di sampaikan. Komunikasi juga dapat diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami; hubungan; kontak. Dengan demikian pola komunikasi adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami.²²

²² Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal 1

Komunikasi Antarpribadi

Menurut Abdillah Hanafi, kita adalah binatang yang ber-komunikasi, komunikasi meliputi segala yang kita lakukan. Dalam keadaan apa pun manusia tidak luput dari komunikasi.²³

Komunikasi dapat berlangsung jika terdapat sejumlah komponen atau unsur di bawah ini, yaitu:

- Komunikator: orang yang menyampaikan pesan
- Pesan: pernyataan yang didukung oleh lambang
- Komunikan: orang yang menerima pesan
- Media: sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
- Efek: dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Menurut Djamarah komponen komunikasi ada lima yaitu komunikator, komunikan, pesan yang disampaikan, konteks (setting atau lingkungan yang kondusif) dan sistem penyampaian.²⁴ Yang membedakan antara dua pendapat tentang komponen tersebut adalah terletak pada media dan konteks. Menurut Djamarah media tidak termasuk komponen komunikasi, tetapi lingkungan atau situasi yang mendukung merupakan hal yang dibutuhkan dalam proses komunikasi.

Dari komponen-komponen di atas, yang lebih penting lagi adalah efek dari proses terjadinya komunikasi, bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Karena ini adalah tujuan dari proses komunikasi. Dampak yang ditimbulkan di antaranya adalah: dampak kognitif, afektif dan behavioral.

²³ Abdillah Hanafi, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1984), hal 11-13

²⁴ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal 114-15

Dampak kognitif adalah yang timbul dari komunikasi yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualnya. Dampak afektif lebih tinggi daripada dampak kognitif, yaitu komunikasi tidak hanya sekedar mengetahui, namun tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu. *Dampak behavioral* adalah dampak yang paling tinggi kadarnya, yakni dampak yang timbul pada komunikasi dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

B. Pola-pola Komunikasi

1. Pola Komunikasi Primer

Komunikasi adalah proses simbolik, salah satu kebutuhan pokok manusia, simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.²⁵

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek maknanya di sepakati

²⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 92

Komunikasi Antarpribadi

bersama, misalnya memasang bendera bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada Negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Komunikasi Primer Merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu symbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang nonverbal. Lambang verbal yaitu bahas sebagai lambang verbal yaitu paling banyak dan paling sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.²⁶

Lambang nonverbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, tangan. Selain itu gambar juga sebagai lambang komunikasi nonverbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

²⁶ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), hal. 33

Bagian 2: Pola Komunikasi Efektif

Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga memengaruhi Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.

3. Pola Komunikasi Linear

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.²⁷

4. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi di sini ialah tata cara berkomunikasi agar mampu tercipta komunikasi yang baik dengan proses penyampaian pesan antara komunikan dengan komunikator, baik secara verbal maupun non-verbal, antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang

²⁷ Dasrun Hidayat, *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 43

Komunikasi Antarpribadi

disampaikan mampu dipahami oleh penerima pesan begitu juga yang terpenting adalah *feedback* respon hubungan timbal balik antara komunikan dan komunikator.

C. Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi

Untuk persamaan yaitu mengupayakan agar terjadinya komunikasi yang efektif dengan memperhatikan pesan yang disampaikan oleh komunikan kepada komunikator agar mampu dipahami dengan baik dan menghasilkan hubungan komunikasi timbal balik antara komunikan dan komunikator.

Perbedaan dari bentuk dan pola komunikasi yaitu dalam bentuk komunikasi sudah dijelaskan bahwa bentuk-bentuk komunikasi meliputi intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa, dari ke empat bentuk tersebut lebih bersifat verbal dan non verbal, komunikasi verbal adalah komunikasi secara lisan melalui perkataan sedangkan komunikasi nonverbal bisa melalui pesan tulisan atau isyarat maupun simbol-simbol.

Untuk pola komunikasi sendiri lebih menonjol ke modelnya seperti pola primer, sekunder, linier dan sirkuler. Karena pola dan model adalah bagiandari proses komunikasi maka pola komunikasi dapat di simpulkan dari proses komunikasi tersebut.

D. Komunikasi Efektif

Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan perilaku nonverbal.²⁸ Selagi perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih.

²⁸ Deddy Mulyana, *Komunikasi Jenaka*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 1996). hal.4

Bagian 2: Pola Komunikasi Efektif

Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik berbentuk verbal (kata- kata) atau bentuk non-verbal (non kata- kata). Sementara komunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing orang menyebutnya “*the communication is in tune*” ,yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama mengerti apa pesan yang disampaikan.²⁹

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, memengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks. Dianggap penting karena ragam dinamika kehidupan (bisnis, politik, misalnya) yang terjadi biasanya menghadirkan situasi kritis yang perlu penanganan secara tepat, munculnya kecenderungan untuk tergantung pada teknologi komunikasi, serta beragam kepentingan yang ikut muncul.

Keterampilan yang harus dimiliki dalam melakukan komunikasi efektif adalah keterampilan mendengarkan dan bertanya. Dalam proses berkomunikasi, seseorang harus mampu mendengarkan dan memahaminya dengan baik. Kemudian mengajukan pertanyaan- pertanyaan yang saling memiliki keterkaitan dan mengarah pada suatu solusi atau ketenangan untuk masing-masing pihak. Sehingga tujuan utama dalam komunikasi yang efektif adalah sebuah solusi. Tak ada satupun orang yang mau disalahkan, inilah konsep dasar dari komunikasi efektif.

Komunikasi efektif atau dalam bahasa lain sering pula disebut diplomasi, perlu dilakukan untuk dapat membangun sebuah kesamaan keinginan dari sebuah informasi yang disajikan. Sehingga tujuan yang ingin diraih dapat dilakukan

²⁹ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2008). hal.3

Komunikasi Antarpribadi

secara bersama-sama.³⁰ Komunikasi efektif dapat dilakukan oleh setiap orang. Jika ada yang merasa tidak mampu, hal ini lebih karena masalah pembiasaan saja. Melatih orang berkomunikasi secara efektif bisa dilakukan dengan langsung pada prakteknya. Walaupun sepintas mudah, hal ini dapat membantu setiap individu untuk mencapai sebuah kesuksesan baik di dalam kehidupan pribadinya maupun dalam kehidupan kariernya.

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindak lanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka rela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi, dan tidak ada hambatan.³¹ Sumber dan penerima komunikasi harus sistem yang sama, jika tidak sama, maka komunikasi tidak akan pernah terjadi.³² Berdasarkan definisi tersebut, maka komunikasi dapat dikatakan efektif apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu:

1. Pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator
2. Ditindaklanjuti dengan perbuatan secara suka rela
3. Meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi

Komunikasi yang efektif menurut Cutlip dan Center, komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap yaitu:

1. *Fact finding*: Untuk berbicara perlu dicari fakta dan tentang komunikasi berkenaan dengan keinginan dan komposisinya.

³⁰ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2008). hal.7

³¹ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2008). hal.77

³² Abdullah Hanafi, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1984). hal.87

2. *Planning*: rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya berdasarkan fakta dan data yang diperoleh
3. *Communicating*: berkomunikasi berdasarkan *planning* yang telah disusun
4. *Evaluation*: Penilaian dan analisis untuk melihat bagaimana hasil komunikasi tersebut.

E. Fungsi dan Proses Komunikasi Efektif

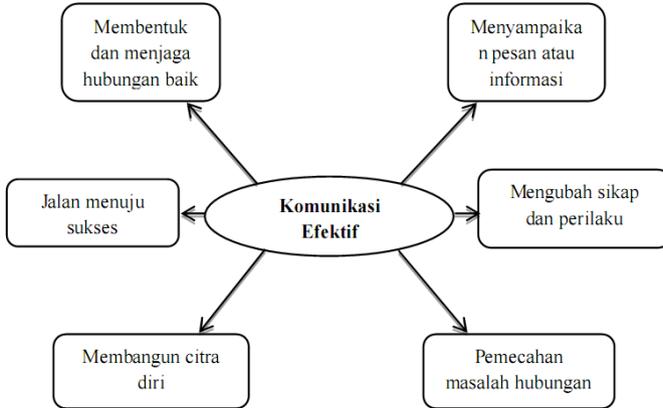
Komunikasi interpersonal dianggap efektif, jika orang lain memahami pesan dengan benar, dan memberikan respon sesuai dengan yang diinginkan. Komunikasi yang efektif berfungsi membantu untuk:

1. Membentuk dan menjaga hubungan baik antar individu
2. Menyampaikan pengetahuan/informasi
3. Mengubah sikap dan perilaku
4. Pemecahan masalah hubungan antar manusia
5. Citra diri menjadi lebih baik
6. Jalan menuju sukses.

Komunikasi yang efektif akan membantu mengantarkan kepada tercapainya tujuan tertentu, sebaliknya jika komunikasi efektif tidak berhasil maka akibatnya bisa sekadar membuang waktu, sampai akibat buruk yang tragis. Harus disadari bahwa komunikasi efektif akan membantu jalan menuju tercapainya apa pun tujuan yang dilakukan. Apa pun kedudukan, ketrampilan komunikasi secara efektif merupakan modal penting dalam sebuah keberhasilan.

Berikut ini gambar Fungsi Komunikasi efektif.

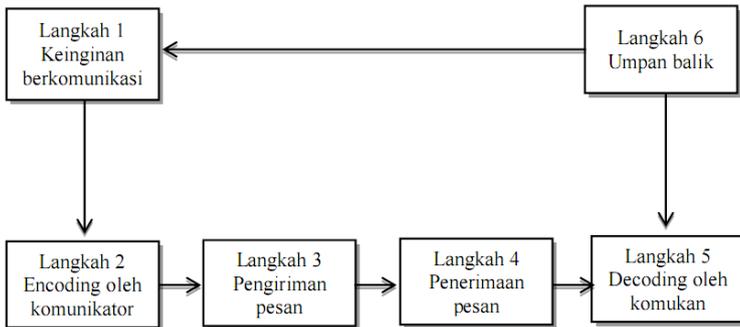
Komunikasi Antarpribadi



Gambar Fungsi Komunikasi efektif

Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Memang dalam kenyataannya, kita tidak pernah berpikir terlalu detail mengenai proses komunikasi. Hal ini disebabkan, kegiatan komunikasi sudah secara rutin dalam hidup sehari-hari, sehingga tidak lagi merasa perlu menyusun langkah-langkah tertentu secara sengaja ketika akan berkomunikasi. Secara sederhana proses komunikasi dapat dikatakan efektif jika proses yang menghubungkan pengiriman dengan penerimaan pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah seperti pada gambar berikut ini:

Bagian 2: Pola Komunikasi Efektif



Gambar Proses Komunikasi Efektif

1. Keinginan berkomunikasi. Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.
2. *Encoding* oleh komunikator. *Encoding* merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol- simbol, kata- kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
3. Pengiriman pesan. Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, SMS, e-mail, surat, ataupun secara tatap muka. Pilihan atas saluran yang akan digunakan tersebut bergantung pada karakteristik pesan, lokasi penerima, media yang tersedia, kebutuhan tentang kecepatan penyampaian pesan, karakteristik komunikan.
4. Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
5. *Decoding* oleh komunikan. *Decoding* merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah”, berupa kata-kata dan simbol-simbol

Komunikasi Antarpribadi

yang harus diubah ke dalam pengalaman- pengalaman yang mengandung makna. Dengan demikian, *decoding* adalah proses memahami pesan.

6. Umpan balik. Setelah penerima pesan dan memahaminya, komunikator memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, komunikator dapat mengevaluasi efektifitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru, sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

Komunikasi Persuasif

Bagian 3

A. Komunikasi Persuasif

Teori persuasif merupakan teori dalam komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau memengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga agar bertindak sesuai apa yang diharapkan oleh komunikator, pada intinya teori persuasif lebih menekankan untuk mempengaruhi komunikannya.

H. A. W. Widjaja mengungkapkan pengertian komunikasi persuasif adalah: “*Komunikasi persuasif berasal dari istilah persuasion (Inggris). Sedangkan istilah persuasion itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin "persuasio", kata kerjanya adalah to persuade, yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.*”³³

³³ Widjaja. H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2002), hal.66

Komunikasi Antarpribadi

Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain. Hal ini ditegaskan oleh H. A. W. Widjaja yang mengatakan bahwa: *“Komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan.”*³⁴

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Hal tersebut diungkapkan Suranto A.W, bahwa *“Dalam kegiatan persuasif tersebut, seseorang atau sekelompok orang yang dibujuk diharapkan sikapnya berubah secara suka rela dengan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterimanya”*.³⁵

Persuasi sebagai proses komunikasi bertujuan untuk memperoleh respon dengan pesan-pesan verbal dan non-verbal dilakukan secara halus dan manusiawi agar komunikan melaksanakan sesuatu dengan senang hati. Hal tersebut ditegaskan Ronald L. A. dan Karl W. E. Anatol yang dikutip dan diterjemahkan oleh Dedy D. Malik dan Yosali Iriasantara: *Persuasi adalah sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan nonverbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati.*³⁶

³⁴ Widjaja. H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2002), hal.67

³⁵ Suranto A. W. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. (Yogyakarta: Media Wacana. 2005), hal.116.

³⁶ Dedy Djamaluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT

Hal ini senada dengan Suranto A. W. yang mengungkapkan bahwa: *Persuasi merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun non-verbal, yang dilakukan dengan cara membujuk.*³⁷

Persuasi merupakan teknik memengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau dengan menggunakan data dan fakta secara psikologis maupun sosiologis dari receiver yang hendak dipengaruhi. Untuk itu, seorang komunikator harus memiliki pengetahuan yang luas tentang kebudayaan *receiver*. Tanpa pengetahuan tersebut, pesan hanya akan tercapai sedikit atau bahkan tidak tercapai.³⁸

Melalui bukunya *Rhetorica* (dalam Keraf, judul buku *Argumentasi dan Narasi*. 1994), Aristoteles mengajukan tiga syarat yang harus dipenuhi untuk mengadakan persuasi. Pertama, watak dan kredibilitas pembicara. Kedua, kemampuan pembicara dalam mengendalikan emosi para hadirin. Ketiga, bukti-bukti atau fakta yang diperlukan untuk membuktikan suatu kebenaran.³⁹

Menurut Webster (dalam Sandell, judul buku *Linguistic Style and Persuasion* 1977), persuasi adalah suatu cara untuk memengaruhi pikiran orang dengan melalui argumentasi dan alasan.⁴⁰ Berdasarkan pengertian ini, dapat dilihat bahwa persuasi juga sangat berkaitan dengan argumentasi. Dalam hal ini, argumentasi menjadi salah satu cara untuk mempersuasi.

Remadja Rosdakarya. 1994), hal.51.

³⁷ Suranto A. W. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran.*(Yogyakarta: Media Wacana. 2005), hal.116.

³⁸ Susanto, Phil A S. *Komunikasi: dalam Praktek dan Teori.* (Bandung: Bina Cipta. 1977), hal. 17-18

³⁹ Keraf, Gorys. *Argumentasi dan Narasi.* (Jakarta: Erlangga, 1994.), hal. 121

⁴⁰ Sandell, R. G. *Linguistic Style and Persuasion.* (London: Academic Press. 1977), hal.70

Komunikasi Antarpribadi

Argumentasi adalah usaha untuk membuktikan suatu kebenaran dalam proses penalaran seorang komunikator. Dalam argumentasi, semakin banyak fakta yang digunakan, semakin kuat pula kebenaran yang dipertahankan. Penyampaian fakta seefektif mungkin akan membantu seorang komunikator dalam memengaruhi penerima pesan.⁴¹

Keberhasilan persuasi sangat tergantung oleh hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional. Hal ini ditegaskan oleh Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara: *Keberhasilan persuasi ditentukan oleh terbentuknya hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional, yaitu: hubungan kontigensi (argumentasi sebab-akibat), hubungan kategorisasi (bagian dari keseluruhan argumentasi), persamaan (argumentasi dengan analogi), dan konsidental (hubungan yang dipandang dari kebiasaan).*⁴²

Pada umumnya sikap-sikap individu atau kelompok yang hendak di pengaruhi ini terdiri dari tiga komponen, yakni:

- a. Kognitif: merupakan perilaku di mana individu mencapai tingkat “tahu” pada objek yang di perkenalkan.
- b. Afektif: merupakan perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan suka atau tidak suka pada obyek.
- c. Konatif: merupakan perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu terhadap obyek.

Sementara itu Gary Cronkhite dalam Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara memperkenalkan lima macam argument yang cenderung membentuk hubungan antara motivasi dengan objek persuasi, hubungan ini mencakup:

⁴¹ Gorys Keraf. *Komposisi*. (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 119-120

⁴² Dedy Djameluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT Remadja Rosdakarya. 1994), hal. 52.

- a. Kontigensi (kemungkinan) argument (sebab-akibat),
- b. Kategorisasi (penggolongan) bagian dari argument yang lengkap,
- c. Persamaan (argument perbandingan),
- d. Approval (alasan berdasarkan kesaksian),
- e. Kejadian yang tidak disengaja (hubungan 'merasa' yang berasal dari konteks biasa)⁴³

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang verbal) untuk memengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang lain/keompok orang (komunikan) dengan cara membujuk.

Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri.

B. Sifat dan Strategi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. Istilah persuasif bersumber dari bahasa latin yaitu "persuasion" yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.⁴⁴ Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi.

⁴³ Dedy Djamaluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT Remadja Rosdakarya. 1994), hal. 47.

⁴⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal.125

Komunikasi Antarpribadi

Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasif yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah. Komunikasi yang bersifat persuasif memiliki tiga ciri utama, yaitu:

1. Persuasi digunakan agar petutur mengalami perubahan sikap, perilaku, kepercayaan, serta untuk menamakan opini baru sesuai dengan harapan penutur.
2. Persuader (orang yang melakukan persuasi) membangun suasana komunikasi yang menyenangkan dan sesuai dengan keinginan petutur.
3. Elemen linguistik dan cara penyajiannya memengaruhi berhasil tidaknya persuasi, seorang persuader (orang yang mempersuasi) mengkomunikasikan atau menuturkan tuturan-tuturan yang dirasakan memiliki dampak persuasif bagi pendengarnya.⁴⁵

Komunikasi persuasif berusaha memengaruhi individu melalui terpaan pesannya, sehingga dapat didefinisikan pesan yang dimaksudkan untuk mengubah pendapat, sikap, kepercayaan, atau perilaku individu maupun organisasi.⁴⁶

Ada tiga strategi dalam persuasi, yaitu:

1. Menggunakan silogisme logis dengan premis utama (kebenaran yang diasumsikan sebagai pengakuan mutlak). Melalui silogisme ini dapat disimpulkan penutur tengah membawa pendengarnya pada keyakinan bahwa pernyataan ini bersifat mutlak.
2. Persuasi presentasional, penggunaan elemen bahasa untuk membuat tagihan

⁴⁵ Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Rosda Karya. 2005), hal. 47. 151

⁴⁶ Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2007), hal. 104

3. Menciptakan analogi antara situasi yang terdahulu dengan peristiwa yang baru muncul.⁴⁷

C. Prinsip-prinsip Persuasif

Menurut Littlejohn dan Jabusch yang dikutip oleh Joseph A. Devito mengungkapkan bahwa prinsip persuasif terdiri dari⁴⁸:

1. Prinsip Pemaparan Selektif (*Selective Exposure Principle*).

Para pendengar (seluruh khalayak) mengikuti hukum pemaparan selektif. Hukum ini setidaknya memiliki dua bagian.

- a. Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.
- b. Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan berhasil bila khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi. Implikasinya, persuasif adalah proses transaksional. Proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar.

⁴⁷ Johnstone, Barbara. *Discourse Analisis*. (Massachusetts: Blacwell Publisher, 2002), hal. 2

⁴⁸ A. Devito, Joseph. *Komunikasi Antarmanusia*. (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2010), hal.447

Komunikasi Antarpribadi

3. Prinsip Inokulasi

Persis seperti menyuntikkan sejumlah kecil kuman ke dalam tubuh yang akan membuat tubuh mampu membangun sistem kekebalan, menyajikan kontra-argumen dan kemudian menjelaskan kelemahannya akan memungkinkan khlayak mengebalkan diri mereka sendiri terhadap kemungkinan serangan atas nilai dan kepercayaan mereka.

4. Prinsip Besaran Perubahan

Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khlayak, makin sukar tugasnya. Manusia berubah secara berangsur. Persuasi, karenanya, paling efektif bila diarahkan untuk melakukan perubahan kecil dan dilakukan untuk periode waktu yang cukup lama.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikator dalam mengubah sikap dan dalam mengajak komunikan untuk berbuat sesuatu akan bergantung pada pemanfaatan prinsip-prinsip persuasif.

D. Teori-teori Persuasif

Teori-teori persuasif yang dikembangkan menjadi beberapa metode, antara lain:

1. Metode Asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, yang di mana obyek dan peristiwa tersebut memiliki nilai, kredibilitas, kepopuleran sehingga menarik perhatian dan minat massa.
2. Metode Integrasi adalah kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal (sikap)

3. Metode *Pay-Off* dan *Fear arousing* yakni kegiatan memengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan (iming-iming), dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan
4. Metode *Icing device* adalah yaitu sebuah metode di mana menyajikan sebuah pesan dipengaruhi oleh unsur "emotional appeal" pesan-pesan tersebut msmpu membangkitkan perasaan terharu, sedih, senang, bahagia pada diri komunikan sehingga dengan menyertakan unsur emotional appeal dalam barisan pesannya diharapkan pesan-pesan yang disampaikan akan lebih mudah diingat dan dipahami oleh pihak komunikan.

E. Tahapan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dilakukan dengan menggunakan cara-cara halus dan manusiawi sehingga komunikan dapat menerima dan melaksanakan dengan sukarela sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, seorang guru dalam berkomunikasi harus menggunakan cara-cara yang luwes dengan pendekatan kemanusiaan. Untuk keberhasilan komunikasi persuasif terdapat tahap-tahap yang harus diperhatikan. Hal ini ditegaskan Onong U. Effendi yang mengatakan bahwa: *Tahapan tersebut dikenal dengan A-A procedure atau from attention to action procedure melalui formula AIDDA singkatan dari Attention (perhatian), Interest (minat), Desire (hasrat), Decision (keputusan), dan Action (tindakan).*⁴⁹

⁴⁹ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), hal.25

Komunikasi Antarpribadi

Onong U. Effendi mengungkapkan bahwa: Berdasarkan formula AIDDA tersebut komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Cara yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian komunikan misalnya pemilihan kata-kata yang menarik serta gaya penampilan fisik yang simpatik. Setelah komunikator berhasil membangkitkan perhatian komunikan langkah selanjutnya adalah tahap menumbuhkan minat komunikan. Setelah komunikator berhasil menumbuhkan minat, tahap selanjutnya diikuti dengan upaya memunculkan hasrat dengan alternatif cara yang dilakukan di antaranya dengan melakukan ajakan atau bujukan. Pada tahap ini imbauan emosional perlu ditampilkan komunikator sehingga pada tahap-tahap selanjutnya komunikan dapat langsung mengambil keputusan untuk melakukan suatu tindakan sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.⁵⁰

Dalam membentuk sebuah pesan yang persuasif perlu memperhatikan prinsip kerangka AIDDA (Attention, Interest, Desire, Action).

1. Attention (perhatian)

Pada bagian awal, diuraikan ide pokok yang menarik perhatian dan manfaat bagi audiens.

2. Interest (minat)

Pesan tersebut harus mampu membangkitkan minat dan ketertarikan audiens.

3. Desire (keinginan)

Yang kemudian mendorong pada penumbuhan kebutuhan.

4. Decision (keputusan)

Keputusan audiens untuk mengambil langkah

⁵⁰ Onong Uchjana Effendi. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), hal.26

5. Action (tindakan)

Diharapkan muncul sebuah tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Istilah lain dari formula AIDDA adalah A-A procedure sebagai singkatan dari attention, action, procedure yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dilakukan dulu dengan menumbuhkan minat.

Dari tahapan-tahapan tersebut akan tampak bahwa penahapan dalam komunikasi persuasif dimulai dari upaya membangkitkan perhatian, menumbuhkan minat, memunculkan hasrat, mengambil keputusan sampai melakukan melakukan tindakan. Dan dapat disederhanakan menjadi:

a. Kejelasan Tujuan

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku. Apabila bertujuan untuk mengubah sikap maka berkaitan dengan aspek afektif, mengubah pendapat maka berkaitan dengan aspek kognitif, sedangkan mengubah perilaku maka berkaitan dengan aspek motorik.

b. Memikirkan Secara Cermat Orang yang Dihadapi

Sasaran persuasi memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku, bangsa, hingga gaya hidup. Sehingga, sebelum melakukan komunikasi persuasif sebaiknya persuader mempelajari dan menelusuri aspek-aspek keragaman sasaran persuasi terlebih dahulu.

Komunikasi Antarpribadi

c. Memilih Strategi Komunikasi yang Tepat

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi. Hal yang perlu diperhatikan seperti siapa sasaran persuasi, tempat dan waktu pelaksanaan komunikasi persuasi, apa yang harus disampaikan, hingga mengapa harus disampaikan.

F. Teknik-teknik Persuasif

Onong U. Effendy mengungkapkan bahwa: Persuasif merupakan kegiatan psikologis yang bertujuan untuk merubah sikap, perbuatan dan tingkah laku dengan kesadaran, kerelaan dan disertai dengan perasaan senang. Agar komunikasi tersebut mencapai sasaran dan tujuan, perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yang mencakup: pesan, media, dan komunikan.⁵¹

Hal yang perlu diperhatikan komunikator adalah sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan pesan (message management). Untuk itu diperlukan teknik-teknik tertentu dalam melakukan komunikasi persuasif. Onong U. Effendy mengungkapkan bahwa: "cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan disebut teknik berkomunikasi".⁵²

⁵¹ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), hal.21

⁵² Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), hal.6

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif itu, Onong U. Effendy mengungkapkan teknik-teknik yang dapat dipilih dalam proses komunikasi persuasif yaitu⁵³:

1. Teknik Asosiasi

Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpahkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2. Teknik Integrasi

ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun nonverbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3. Teknik Ganjaran

Adalah kegiatan untuk memengaruhi orang lain dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

4. Teknik Tataan

Teknik tataan atau icing technique dalam kegiatan persuasi ialah seni penataan pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

5. Teknik red herring

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

⁵³ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), hal.23

G. Daya Tarik Pesan

Jalaluddin Rakhmat mengemukakan langkah-langkah dalam penyusunan pesan komunikasi agar lebih efektif dalam memengaruhi orang lain di antaranya yaitu:

1. *Attention* (perhatian)
2. *Need* (kebutuhan)
3. *Satisfaction* (pemuasan)
4. *Visualisation* (visualisasi)
5. *Action* (tindakan)⁵⁴

Sedangkan H. A. W. Widjaja mengatakan bahwa: Pesan yang mengena harus memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Pesan harus direncanakan/dipersiapkan secara baik, serta sesuai dengan kebutuhan kita.
2. Pesan itu dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak (komunikator dan komunikasi).
3. Pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.⁵⁵

Toir Kertapati dalam Bunga Rampai Asas-asas Komunikasi yang dikutip H. A. W. Widjaja mengatakan bahwa: Persuasi adalah merupakan salah satu bentuk komunikasi, oleh karena itu dengan sendirinya secara teoritis harus memiliki persyaratan tertentu:

⁵⁴ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remadja Rosdakarya. 2005), hal.297

⁵⁵ Widjaja. H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2002), hal. 15

Bagian 3: Komunikasi Persuasif

1. Pesan-pesan/ajakan-ajakan yang disampaikan kepada masyarakat atau pihak-pihak tertentu harus dapat menstimulir sesuatu pada sasaran.
2. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan itu tentunya harus berisi lambang-lambang atau tanda-tanda komunikasi yang sesuai dengan daya tangkap, daya serap dan daya tafsir dari sebagian besar masyarakat atau golongan-golongan tertentu.
3. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan keperluan atau kepentingan (*needs*) tertentu pada sasarannya dan kemudian menyarankan usaha dan upaya hendaknya disesuaikan dengan situasi dan norma kelompok di mana sasaran itu berada.
4. Bahwa pesan-pesan/ajakan harus dapat membangkitkan harapan-harapan tertentu dan sebagainya.⁵⁶

Komunikasi persuasif dimaksudkan untuk memengaruhi sikap komunikan. Komunikator secara psikologis mengimbau komunikan untuk menerima dan melaksanakan gagasannya.

Jalaluddin Rakhmat mengemukakan berbagai imbauan pesan dalam memengaruhi sikap dan perilaku komunikan meliputi:

1. imbauan irasional,
2. imbauan emosional,
3. imbauan takut,
4. imbauan ganjaran,
5. imbauan motivasional".

⁵⁶ Widjaja. H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2002), hal.69

Komunikasi Antarpribadi

Imbauan pesan terdiri dari imbauan eksplisit dan implisit. Imbauan pesan secara eksplisit berarti komunikator mengemukakan pesan dan kesimpulan secara jelas atau secara tersurat. Maksud pesan adalah sama seperti bunyi pesan itu sendiri. Sedangkan imbauan implisit berarti tidak menunjukkan kesimpulan yang jelas. Makna pesan secara tersirat saja tergambarkan dalam uraian pesan. Dengan demikian imbauan eksplisit lebih cocok diberikan kepada komunikan yang tingkat pendidikannya relatif rendah sedangkan imbauan implisit dapat diberikan kepada komunikan dengan tingkat pendidikan relatif tinggi.⁵⁷ Oleh karena itu untuk memperoleh pesan yang tepat dan mengena, sebelum disampaikan pesan terlebih dahulu dirumuskan untuk memenuhi syarat-syarat tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa melalui berbagai cara imbauan pesan, komunikator diharapkan dapat memengaruhi sikap dan kecenderungan perilaku komunikan sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan komunikan.

⁵⁷ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remadja Rosdakarya. 2005), hal.298-301

Berbicara

Bagian 4

A. Berbicara

Berbicara adalah bercakap, berbahasa, mengutarakan isi pikiran, melisankan sesuatu yang dimaksudkan.⁵⁸ Berbicara adalah karunia yang telah diterima sejak lahir. Menangis, tertawa, teriak merupakan bentuk berbicara yang telah dilakukan sejak bayi. Saat meyakini bahwa ketrampilan dan kemampuan berbicara berkurang, satu-satunya cara untuk memperbaikinya adalah dengan berlatih secara terus-menerus dan mencoba untuk berani tampil diberbagai forum atau media yang memungkinkan.⁵⁹

Sedangkan Djagon Tarigan mengungkapkan bahwa berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan

⁵⁸ Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2007), hal.165.

⁵⁹ Bayu Krisna, *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Berbicara*, (Jakarta: Tangga Pustaka,2003) hal. 3

Komunikasi Antarpribadi

serta menyampaikan pikiran, gagasan dan perasaan.⁶⁰ Pendapat lain diungkapkan Nuraeni bahwa berbicara merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide atau gagasan dari komunikasi sebagai pendengar.⁶¹

Berbicara merupakan ungkapan pikiran dan perasaan seseorang dalam bentuk bunyi-bunyi bahasa. Kemampuan berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau mengucapkan kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan, menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan. Pendengar menerima informasi melalui rangkaian nada, tekanan, dan penempatan persendian. Jika komunikasi berlangsung secara tatap muka, berbicara ini dapat dibantu dengan mimik dan pantomimik pembicara.

Beberapa prinsip umum yang mendasari kegiatan berbicara, antara lain:

1. Membutuhkan paling sedikit dua orang;
2. Mempergunakan suatu sandi linguistik yang dipahami bersama;
3. Menerima atau mengakui suatu daerah referensi umum;
4. Merupakan suatu pertukaran antara partisipan;
5. Menghubungkan setiap pembicara dengan yang lainnya dan kepada lingkungannya dengan segera;
6. Berhubungan atau berkaitan dengan masa kini;
7. Hanya melibatkan aparat atau perlengkapan yang berhubungan dengan suara atau bunyi bahasa dan pendengaran;
8. Secara tidak pandang bulu menghadapi serta memperlakukan apa yang nyata dan apa yang diterima sebagai dalil

⁶⁰ Djagon Tarigan, *Berbicara*, (Bandung: PT. Angkasa, 1998), hal.15.

⁶¹ Nuraeni, *Pembelajaran Bahasa Indonesia SD dan Apresiasi Bahada dan Sastra Indonesia*, (Yogyakarta: PT. BPG, 2002), hal.87.

B. Tujuan Bicara dan jenis Bicara

Tujuan utama berbicara adalah untuk berkomunikasi kelompok dengan jalan menyampaikan konsep-konsep umum, menciptakan suatu kesatuan lambang-lambang yang membedakannya dari kelompok-kelompok lain, dan menetapkan suatu tindakan tersebut. Lebih jauh lagi, berbicara merupakan suatu bentuk perilaku manusia yang memanfaatkan faktor-faktor fisik, psikologis, neurologis, semantik, dan linguistik. Secara luas dapat dianggap sebagai alat manusia yang paling penting bagi control sosial. Mulgrave menyatakan bahwa kemampuan berbicara menunjukkan perlunya pengaturan bahan bagi penampilan lisan, perlu penganalisisan pemirsa, penyesuaian ide-ide dan susunanya bagi para pendengar, perlunya ekspresi yang jelas dan efektif komunikasi dengan kelompok.⁶²

Komunikasi adalah proses hal yang mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau bisa dikatakan mengubah perilaku. Demikian dikatakan Everett M. Rogers menekankan bahwa dalam komunikasi ada sebuah proses pengoperan (pemrosesan) ide, gagasan, lambing, dan di dalam proses itu melibatkan orang lain.⁶³ Semua tindakan yang menyampaikan pesan adalah komunikasi. Ada banyak cara untuk berkomunikasi, tetapi cara yang paling baik adalah melalui berbicara. Sangat penting untuk mempelajari cara mengungkapkan pendapat dan perasaan dengan baik. Jika tidak efektif dalam mengekspresikan diri sendiri, maka dapat terjadi miss communication. Banyak masalah dan kesalahpahaman terjadi akibat salah menafsirkan perkataan seseorang.⁶⁴

⁶² Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Ketrampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal. 16

⁶³ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) , hal. 26

⁶⁴ Dayu Pratyahara, *Fearless Publik Speaking Berpidato dan*

Komunikasi Antarpribadi

Jika Tujuan utama berbicara adalah untuk berkomunikasi. Maka untuk dapat menyampaikan isi pikiran secara efektif, maka seharusnya pembicara memahami makna segala sesuatu yang ingin disampaikan, pembicara harus mengevaluasi efek komunikasinya terhadap pendengarnya. Tujuan umum berbicara ada empat bagian yaitu:

1. Menghibur

Berbicara untuk menghibur berarti pembicara menarik perhatian pendengar dengan cara seperti humor, spontanitas, kisah-kisah jenaka, petualangan dan sebagainya untuk menimbulkan suasana gembira pada pendengarnya.

2. Menginformasikan

Berbicara untuk tujuan menginformasikan atau melaporkan dilakukan bila seseorang ingin:

- a. Menjelaskan suatu proses
- b. Menguraikan, menafsirkan atau menginterpretasikan suatu
- c. Memberikan, menyebarkan atau menambahkan pengetahuan
- d. Menjelaskan keterkaitan dengan suatu hal

3. Menstimulasikan

Berbicara untuk menstimulasikan jauh lebih kompleks dari tujuan berbicara lainnya. Sebab berbicara harus pandai merayu memengaruhi atau meyakinkan pendengarnya. Hal tersebut dapat tercapai jika pembicara benar-benar mengetahui kemauan, minat inspirasi, kebutuhan, dan cita-cita pendengarnya.

Berpresentasi Tanpa Rasa Takut,(Yogyakarta: New Diglossia, 2011), hal. 7-8

4. Menggerakkan

Dalam berbicara untuk mendengarkan diperlukan pembicara yang wibawa, sebagai panutan atau tokoh idola masyarakat. Melalui kepandaiannya dalam berbicara, kecakapan memanfaatkan situasi ditambah penguasaannya terhadap jiwa, maka pembicara dapat menggerakkan masa pendengarnya.

Berbicara dibagi menjadi dua jenis, yaitu berbicara di muka umum dan berbicara pada konferensi.⁶⁵ Beberapa kegiatan berbicara dapat diuraikan ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:

1. Berbicara di muka umum pada masyarakat (*public speaking*) yang mencakup empat jenis, yaitu:

- a. Berbicara dalam situasi-situasi yang memberitahukan atau melaporkan yang bersifat informasi (*informative speaking*)
- b. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat kekeluargaan atau persahabatan (*fellowship speaking*)
- c. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat membujuk, mengajak, mendesak, dan meyakinkan (*persuasive speaking*)
- d. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat merundingkan dengan tenang dan hati-hati (*deliberative speaking*).

2. Berbicara dalam konferensi (*conference speaking*) yang meliputi:

⁶⁵ Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbicara*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal.24.

Komunikasi Antarpribadi

Diskusi kelompok (group discusion) yang dapat dibedakan atas:

- a. Tidak resmi (informal)
 - (1) Kelompok study
 - (2) Kelompok pembuat kebijaksanaan
 - (3) Komik
- b. Resmi
 - (1) Konferensi
 - (2) Diskusi panel
 - (3) Debat⁶⁶

C. Keterampilan Berbicara

Menurut kamus bahasa Indonesia keterampilan adalah atau dimiliki oleh seseorang untuk mampu menggunakan akal, pikiran, ide dan kreativitasnya dalam mengerjakan atau menyelesaikan sesuatu.⁶⁷ sumber lain mengatakan keterampilan yaitu kemampuan seseorang untuk menggunakan akal, pikiran, ide dan kreativitasnya dalam mengerjakan, mengubah, menyelesaikan ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut.

Secara etimologis kata mengucapkan bunyi dari alat pengeluar suara (mulut). Secara istilah adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan serta menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan.⁶⁸

⁶⁶ Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbicara*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal.45.

⁶⁷ Dendy Sugono dkk, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal.979.

⁶⁸ Henry Guntur Tarigan, *Berbicara sebagai suatu keterampilan berbahasa*,(Bandung: Angkasa, 2008), hal.16.

Sedangkan menurut aliran komunikatif dan pragmatik, keterampilan berbicara dan keterampilan menyimak berhubungan sangat kuat. Interaksi lisan ditandai oleh rutinitas informasi. Ciri lain adalah diperlukan seorang pembicara mengasosiasikan makna, mengatur interaksi; siapa harus mengatakan apa, kepada siapa, kapan, dan tentang apa. Keterampilan berbicara mensyaratkan adanya pemahaman minimal dari pembicara dalam membentuk sebuah kalimat. Sebuah kalimat, betapa pun kecilnya memiliki struktur dasar yang saling bertemali sehingga mampu menyajikan sebuah makna.⁶⁹

Keterampilan berbicara pada hakikatnya merupakan keterampilan memproduksi arus sistem bunyi artikulasi untuk menyampaikan kehendak, kebutuhan perasaan, dan keinginan kepada orang lain. Dalam hal ini, kelengkapan alat ucap seseorang merupakan syarat alamiah yang kemungkinannya untuk memproduksi suatu ragam yang luas bunyi artikulasi, tekanan, nada, kesenyapan dan lagu bicara. Keterampilan ini juga didasari oleh kepercayaan diri untuk berbicara secara wajar dan, jujur, benar, dan bertanggung jawab dengan menghilangkan masalah psikologis seperti rasa malu, rendah diri, ketegangan, berat lidah, dan lain-lain.⁷⁰

Berbahasa kedua yang dilakukan manusia dalam kehidupan berbahasa, yaitu setelah aktivitas mendengarkan. Berdasarkan bunyi-bunyi yang didengar itu, kemudian manusia belajar untuk mengucapkan dan akhirnya terampil berbicara.⁷¹ Berbicara diartikan sebagai kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan dan menyampaikan pikiran, gagasan, serta perasaan.

⁶⁹ Iskandar wassid dan dadang sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hal. 239

⁷⁰ Ibid, hal. 241.

⁷¹ Djago Tarigan dkk, *Pendidikan Keterampilan Berbahasa*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2002), hal.61

Komunikasi Antarpribadi

Dapat dikatakan bahwa berbicara merupakan suatu sistem tanda-tanda yang dapat didengar (*audible*) dan yang kelihatan (*visible*) yang memanfaatkan sejumlah otot tubuh manusia demi maksud dan tujuan gagasan atau ide-ide yang dikombinasikan. Berbicara merupakan suatu bentuk perilaku manusia yang memanfaatkan faktor-faktor fisik, psikologis, neurologis, semantik, dan linguistik.

D. Ciri-Ciri Keterampilan Berbicara

1. *Power of voice* atau kekuatan volume suara

Orang yang berbicara suaranya harus dapat didengar secara jelas oleh audiensnya yang posisinya berjarak dengannya. Untuk itu diperlukan keterampilan vocal yang memadai, seperti: intonasi, artikulasi, dan dinamisasi.

2. *Expression*

Ekspresi suara yang bisa dirasakan oleh orang-orang yang mendengarnya. Para motivator biasanya memunculkan ekspresi penuh semangat dengan pilihan kata-kata yang menunjang, seperti” Salam Luar Biasa !”.

3. *Body Language*

Bahasa tubuh yang mampu mendukung kalimat dan suara yang dilontarkan menjadi lebih hidup. Lihat bagaimana gerakan-gerakan tubuh presenter terkemuka, Indira Bekti atau Indy Barends untuk menghidupkan kalimat yang mereka ucapkan. Amati juga bagaimana seorang Mario Teguh berjalan dan menggerakkan tangannya manakala ingin memotivasi pemirsanya.

4. Mind Management

Kemampuan mengelola pikiran pada saat berbicara. Pikiran adalah kekuatan utama yang menggerakkan perasaan dan perkataan seseorang saat berbicara di depan. Jadi kualitas akhir seseorang sangat dipengaruhi oleh kualitas pikirannya saat sedang berbicara.⁷²

E. Tujuan Keterampilan Berbicara

Dengan menguasai berbicara, akan lebih mudah menyelesaikan persoalan. Sebab, dengan rangkaian kata-kata yang baik, niscaya tidak akan ada kekecewaan dan merasa dikucilkan komunitas. Ada lagi yang harus dipelajari dalam berbicara adalah menghormati orang yang sedang berbicara. Selain itu harus bersikap ikhlas ketika mendengarkan ucapan orang lain. Jangan dilupakan bahwa berbicara itu pada prinsipnya memberi dan menerima.

Tujuan utama berbicara adalah untuk berkomunikasi. Agar dapat menyampaikan pikiran secara efektif, sebaiknya sang pembicara memahami makna segala sesuatu yang ingin dikombinasikan, dia harus mampu mengevaluasi efek komunikasi terhadap pendengarnya, dan dia harus mengetahui prinsip-prinsip yang mendasari segala sesuatu situasi pembicaraan, baik secara umum maupun perorangan.⁷³

Tujuan pembicaraan biasanya dapat dibedakan atas lima golongan yaitu (1) menghibur, (2) menginformasikan, (3) menstimulasi, (4) meyakinkan, dan 5) menggerakkan.⁷⁴

⁷² Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal. 16

⁷³ Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal.15

⁷⁴ Djago Tarigan, *Materi Pokok Pendidikan Bahasa Indonesia 1*, (Jakarta: Proyek Penyetaraan Guru SD Strata D-II, 1990)

Komunikasi Antarpribadi

Pada dasarnya berbicara mempunyai tiga maksud umum, yaitu:

1. Memberitahukan dan melaporkan (*to inform*).
2. Menjamu dan menghibur (*to entertain*).
3. Membujuk, mengajak, mendesak dan meyakinkan.

Beberapa prinsip umum yang mendasari kegiatan berbicara antara lain:

1. Membutuhkan paling sedikit dua orang.
2. Mempergunakan suatu sandi linguistic yang dipahami bersama.
3. Menerima atau mengakui suatu daerah referensi umum.
4. Merupakan suatu pertukaran antar partisipan.
5. Menghubungkan setiap pembicaraan dengan yang lainnya dan kepada lingkungannya dengan segera.
6. Berhubungan atau berkaitan dengan masa kini.
7. Hanya melibatkan perlengkapan yang berhubungan dengan suara atau bunyi bahasa dan pendengaran.
8. Secara tidak pandang bulu menghadapi serta memperlakukan apa yang nyata dan apa yang diterima sebagai dalil.

Keterampilan utama dalam berbicara yaitu:

1. Keterampilan sosial, kemampuan berpartisipasi secara efektif dalam hubungan-hubungan masyarakat. Keterampilan ini menuntut agar kita mengetahui apa yang dibicarakan, bagaimana cara mengatakannya dan kapan mengatakannya.
2. Keterampilan semantik, kemampuan mempergunakan kata-kata dengan tepat arti.

3. Keterampilan fonetik, kemampuan membentuk unsur-unsur fonemik bahasa kita secara tepat.
4. Keterampilan vokal, kemampuan menciptakan efek emosional yang diinginkan dengan suara.

Tujuan keterampilan berbicara akan mencakup pencapaian hal-hal berikut:

1. Kemudahan berbicara
2. Kejelasan
3. Bertanggung jawab
4. Membentuk pendengaran yang kritis
5. Membentuk kebiasaan

Berbicara pada dasarnya merupakan keterampilan berbahasa yang bersifat produktif yang melibatkan aspek aspek kebahasaan maupun non kebahasaan. yang termasuk aspek kebahasaan adalah lafal, intonasi serta penggunaan kosa kata atau kalimat.

Sedangkan yang termasuk non kebahasaan adalah ekspresi atau mimik. Aspek-aspek tersebut dalam kegiatan berbicara merupakan indikator yang dijadikan penilaian dalam evaluasi berbicara. Yaitu lafal, intonasi, kosakata atau kalimat, kelancaran serta mimik atau ekspresi.

1. Lafal

Aspek dalam lafal adalah berikut:

- a. Kejelasan vokal atau konsonan
- b. Ketepatan pengucapan
- c. Tidak bercampur lafal daerah.

Komunikasi Antarpribadi

2. Intonasi

Penempatan intonasi yang tepat merupakan daya tarik tersendiri dalam kegiatan bercerita, bahkan merupakan salah satu faktor penentu dalam keefektifan bercerita. Suatu cerita akan menjadi kurang menarik apabila penyampaiannya kurang menarik pula. Aspek dalam intonasi adalah berikut:

- a. Tinggi rendah suara
- b. Tekanan suku kata
- c. Nada atau panjang pendek tempo

3. Kosakata atau kalimat

Untuk mengawali sebuah cerita dibuka dengan kalimat pembuka kemudian harus ada isi dari cerita tersebut dan dibuat suatu kesimpulan serta diakhiri dengan penutup. Aspek dalam kosakata ini adalah berikut:

- a. Jumlah kosakata
- b. Terdapat kalimat pembuka, isi, kesimpulan dan penutup
- c. Saling koherensi

3. Hafalan

Kelancaran seseorang dalam berbicara akan memudahkan pendengar menangkap isi pembicarannya. Aspek dalam hafalan adalah berikut:

- a. Kelancaran
- b. Teratur atau urut
- c. Kesesuaian hal yang diceritakan

4. Mimik atau ekspresi

Mimik muka dapat menunjang dalam keefektifan bercerita karena dapat berfungsi membantu memperjelas atau menghidupkan bercerita. Gerak gerak dan mimik yang tepat dapat menunjang keefektifan bercerita. Yang termasuk dalam aspek mimik adalah:

- 1) Gesture atau gerak tubuh
- 2) Ekspresi wajah
- 3) Penjiwaan⁷⁵

F. Cara Meningkatkan Keterampilan Berbicara

Meningkatkan keterampilan berbicara yaitu antara lain:

1. Buat catatan

Catatan akan membantu seseorang dalam berbicara apabila keluar dari topik atau kehilangan poin penting. Poin-poin penting tersebut akan terlaksana meskipun tidak sesuai dengan rencana. Catatan akan membantu seseorang agar tidak selalu melihat layar komputer atau proyeksi.

2. Berlatih

Berlatih akan membantu seseorang merasa nyaman dengan informasi yang sedang dibawakannya. Selain itu, ketika seseorang berlatih makan akan lebih merasa siap yang membuat seseorang tersebut tidak merasa gugup. Jika karena alasan apa pun kesempatan berbicara dihilangkan dan jika mereka tidak dapat membuat orang lain mengerti maka mereka akan putus asa dan marah. Ini seringkali melemahkan motivasi mereka untuk belajar berbicara.

⁷⁵ Sabarti Akhadiyah, *Bahasa Indonesia II*, (Jakarta: DEPDIKBUD, 1992), hal 154-159

Komunikasi Antarpribadi

3. Mengatur kecepatan berbicara

Seseorang ketika gugup mereka cenderung akan berbicara secara cepat yang merupakan hal tidak baik apabila orang-orang ingin memahami apa yang telah dijelaskan. Waktu tenggang sementara sangat dibutuhkan oleh pendengar untuk mencerna apa yang telah disampaikan oleh pembicara.

4. Kontak mata

Salah satu hal yang paling sulit dilakukan oleh seseorang ketika berbicara di depan umum adalah melakukan kontak mata dengan penonton. Kontak mata memungkinkan penonton untuk terhubung dengan pembicaranya.

5. Persiapan Fisik dan mental Untuk Berbicara

Kemampuan berbicara bergantung pada kematangan mekanisme bicara. Pada waktu lahir, saluran suara kecil, langit-langit mulut datar dan lidah untuk saluran suara. Sebelum semua sarana itu mencapai bentuk yang lebih matang, syaraf dan otot mekanisme suara tidak dapat menghasilkan bunyi yang diperlukan bagi kata-kata. Persiapan mental untuk berbicara bergantung pada kematangan otak, khususnya bagian-bagian asosiasi otak.

G. Hambatan-Hambatan Dalam Kemampuan Berbicara

1. Hambatan Fisik

Saat tampil di depan kelas sebagai presentator, hal yang diutamakan bagi audiens adalah hal yang didengarnya, bukan hal yang dilihatnya. Oprah Winfrey, Gus Dur, Dorce Gamalama, Andy F. Noya, Mario Teguh, Fenny Rose, Najwa Shihab, Deddy Corbuzier, Aiman dan Tukul Arwana men-

jadi sangat menarik untuk disimak karena apa yang mereka sampaikan menarik untuk didengarkan.

Secara sederhana, saat yakin materi yang akan disampaikan menarik, seburuk apa pun penampilan, audiens akan tetap melihat sebagai ”sosok yang mempesona”. Pahami bahwa cantik, tampan, dan menarik itu sesuatu yang relatif. Jadi tidak boleh merisaukan soal penampilan fisik. Tampil apa adanya justru adalah kekuatan terbesar yang belum pernah disadari sebelumnya.

2. Hambatan Psikis

Hambatan psikis adalah hambatan yang dimunculkan oleh aspek kejiwaan atau perasaan diri. Secara biologis, manusia memang memiliki syaraf tersendiri yang terhubung dengan perasaan yang disebut *amygdala*. Sebagian perasaan-perasaan yang muncul terkait dengan sistem biologis tubuh manusia, seperti perasaan takut, gelisah, marah, dan sebagainya. Kenyataannya, sebagian perasaan yang muncul pada saat akan berbicara sebenarnya lebih banyak dipengaruhi oleh cara berpikir.

Contohnya saat sudah terlanjur mempunyai keyakinan bahwa tidak mampu berbicara di depan kelas, hal itu akan benar terjadi. Keyakinan adalah sesuatu yang dianggap benar. Keyakinan yang telah menancap sangat kuat dan kurun waktu yang lama akan membentuk apa yang disebut sebagai konsep diri. Jika yang ada dalam diri adalah konsep diri yang salah, maka harus menggantinya menjadi konsep diri yang benar.

3. Hambatan Gugup

Gugup, cemas, atau gelisah disebabkan oleh perasaan takut kehilangan, entah itu kehilangan kehormatan, impian atau target. Jadi, untuk mengatasi gugup, cari tahu hal-hal yang dikhawatirkan saat berada di depan kelas.

Komunikasi Antarpribadi

Setelah mengetahui hal-hal yang dikhawatirkan, pasti bisa menemukan cara tersendiri untuk mengatasi perasaan gugup. Yakinkan pada diri sendiri bahwa bisa mengatasi semua hal yang dikhawatirkan akan terjadi. Perlu diketahui bahwa hampir semua pembicara ternama ternyata tetap merasakan gugup sesaat sebelum tampil di depan.

H. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keterampilan Berbicara

Faktor yang memengaruhi keterampilan berbicara yaitu antara lain:

1. Kesehatan Umum.

Kesehatan secara umum merupakan kesehatan awal dari perkembangan keterampilan berbicara seseorang.

2. Kecerdasan.

Seseorang yang memiliki kecerdasan tinggi, maka akan memperlihatkan penguasaan bahasa yang lebih unggul ketimbang seseorang yang memiliki tingkat kecerdasannya rendah. Oleh karena itu, kelancaran berbicara menunjukkan kematangan mental intelektual.

3. Sikap Lingkungan.

Lingkungan yang memengaruhi perkembangan bahasa dan bicara seseorang.

4. Sosial Ekonomi.

Kondisi sosial ekonomi dapat memengaruhi perkembangan bahasa dan bicara. Hal tersebut dikarenakan karena sosial ekonomi seseorang memberikan dampak terhadap hal-hal yang berkaitan dengan berbahasa dan berbicara.

5. Kewibahasaan.

Kewibahasaan atau bilingualisme adalah kondisi di mana seseorang berada di lingkungan orang lain yang menggunakan dua bahasa atau lebih. Kondisi tersebut dapat memengaruhi perkembangan bahasa dan berbicara.

I. Berbicara dengan Bahasa Tubuh

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan isyarat bukan kata-kata.⁷⁶ Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.⁷⁷

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan, ada juga yang mengartikan saling tukar-menukar pikiran atau pendapat. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Burgoon dan Saine mendefinisikan komunikasi *nonverbal Attributes or action of human, other than the use of words themselves, which have socially shared meaning, are intentionally sent or interpreted as intentional, are cons-*

⁷⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 343.

⁷⁷ Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Communication Between Culture*, (Belmont, California: Wadsworth, 1991), hal. 179.

Komunikasi Antarpribadi

*ciously sent or consciously received, and have the potential for feedback from the receiver.*⁷⁸

Komunikasi nonverbal merupakan atribut atau tindakan seseorang, selain dari penggunaan kata-kata yang mana komunikasi nonverbal maknanya dapat ditunjukkan secara sosial. Makna tersebut dapat dikirimkan dengan sengaja atau memang sengaja ditafsirkan, dengan dikirim secara sadar atau secara sadar dan memiliki potensi untuk mendapatkan umpan balik dari penerima pesan.

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan melalui gerakan-gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, gaya berbicara dan bahasa tubuh kepada orang lain.

Komunikasi nonverbal memiliki fungsi sebagai berikut ⁷⁹:

1. Repetisi

Repetisi atau pengulangan terjadi pada ketika verbal memiliki arti yang sama dengan nonverbal. Yaitu untuk mengulangi kembali maksud yang disampaikan dari komunikasi verbal. Menganggukkan kepala ketika mengatakan "Ya," atau menggelengkan kepala ketika mengatakan "Tidak,"

2. Aksentuasi

Aksentuasi atau tekanan adalah penggunaan isyarat nonverbal untuk memperkuat makna verbal. Misalnya, menggunakan gerakan tangan, nada suara yang melambat ketika berpidato.

⁷⁸ Judy Pearson, *Human Communication*, (New York: Mc Graw Hill Companies, 2003), hal. 102.

⁷⁹ Judy Pearson, *Human Communication*, (New York: Mc Graw Hill Companies, 2003), hal. 104-105.

3. Komplemen

Di sini komunikasi nonverbal memiliki fungsi untuk melengkapi pesan verbal. Tetapi komplemen berbeda dengan substitusi. Verbal dan kode nonverbal saling menambahkan makna satu sama lain. Nada suara, gestur dan gerakan tubuh dapat mengindikasikan perasaan seseorang yang melengkapi pesan verbal.

4. Kontradiksi

Kontradiksi dapat terjadi ketika pesan verbal dan nonverbal bertentangan. Seringkali fungsi ini terjadi secara tidak sengaja. Fungsi kontradiksi ini biasanya digunakan pada saat menyindir atau humor. Pesan verbalnya menyatakan satu makna, tetapi bahasa nonverbalnya menyatakan perasaan yang dirasakan sebenarnya. Seperti misalnya seseorang memuji prestasi temannya tetapi sambil mencibirkan bibir.

4. Substitusi

Komunikasi nonverbal di sini memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan pada saat seseorang tidak menggunakan bahasa verbal. Pada beberapa kejadian, pesan nonverbal yang dimaksudkan dalam fungsi sangat jelas. Misalnya, seseorang memuji sesuatu hanya dengan mengacungkan jempol tanpa menggunakan sepatah kata.

5. Regulasi

Pada fungsi ini komunikasi nonverbal bertugas untuk memonitor dan mengontrol ketika berinteraksi dengan seseorang. Contohnya seperti pada saat memberikan kontak mata ketika berbicara dengan seseorang.

Komunikasi Antarpribadi

Jenis-jenis Pesan Nonverbal

Ada beberapa jenis pesan nonverbal, yaitu⁸⁰:

1. Pesan Kinesik

Kinesik berasal dari bahasa Yunani yaitu kinesis yang berarti gerakan.

Pesan kinesik merupakan pesan yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti. Pesan ini terdiri dari tiga komponen utama berikut ini.

a. Pesan Fasial

Pesan ini menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan kesedihan, kemakuan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad.

b. Pesan Gestural

Menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Pesan ini berfungsi untuk mengungkapkan:

- 1) Mendorong atau membatasi
- 2) Menyesuaikan atau mempertentangkan
- 3) Responsif atau tak responsif
- 4) Perasaan positif atau negatif
- 5) Memperhatikan atau tidak memperhatikan
- 6) Melancarkan atau tidak reseptif
- 7) Menyetujui atau menolak

⁸⁰ Ayu Sekardjati, *Dia Jujur Nggak Sih?*, (Yogyakarta: Pinang Merah Publisher, 2014), hal. 47-50.

c. Pesan Postural

Berkaitan dengan keseluruhan anggota badan. Tiga makna yang dapat disampaikan postur adalah sebagai berikut:

- 1) *Immediacy*. Merupakan ungkapan kesukaan atau ketidaksukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong kearah lawan bicara menunjukkan kesukaan atau penilaian positif.
- 2) *Power*. Mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator.
- 3) *Responsiveness*. Individu mengkomunikasikannya bila ia bereaksi secara emosional pada lingkungan, baik positif maupun negatif.

2. Pesan Artifaktual

Pesan ini diungkapkan melalui penampilan seperti pakaian, kosmetik, dan lain-lain. Umumnya pakaian dipergunakan untuk menyampaikan identitas yang berarti menunjukkan kepada orang lain bagaimana kita dan bagaimana memperlakukan kita. Selain itu pakaian berguna untuk mengungkapkan perasaan. Misalnya, pakaian berwarna hitam yang berarti duka cita dan formalitas, sandal untuk situasi informal, dan batik untuk situasi formal.

3. Pesan Sentuhan dan Bau-Bauhan

Berbagai pesan atau perasaan dapat disampaikan melalui sentuhan, tetapi paling sering dikomunikasikan antara lain tanpa perhatian, kasih sayang, takut, marah dan bercanda. Bau-bauan telah digunakan manusia untuk berkomunikasi secara sadar maupun tidak sadar. Saat ini banyak orang mencoba menggunakan bau-bauan seperti parfum untuk menyampaikan pesan.

Komunikasi Antarpribadi

Bagian-bagian tubuh yang menggunakan bahasa tubuh

Bagian-bagian tubuh yang langsung berhubungan dengan bahasa tubuh⁸¹:

a. Kepala

Bagian tubuh ini biasa digunakan untuk menegaskan (gerakan mengangguk) atau menolak (gerakan menggeleng) informasi yang diberikan. Pola-pola gerakan kepala tertentu juga biasa digunakan untuk menunjukkan minat atau ketertarikan pada apa yang sedang di bicarakan orang lain.

b. Wajah

Wajah adalah bagian tubuh yang paling banyak mengirimkan pesan tersembunyi. Bagian ini dapat menunjukkan emosi seseorang. Mata adalah salah satu bagian wajah yang paling menarik dibahas dalam hubungannya dengan bahasa tubuh karena melalui mata Anda dapat berkomunikasi secara intens dengan orang lain. Menatap mata kekasih Anda dengan lembut misalnya, menunjukkan betapa Anda sangat memperhatikannya.

c. Pundak

Bagian tubuh ini biasa digunakan untuk menunjukkan ketidaktertarikan seseorang pada pembicaraan rekannya (gerakan mengangkat bahu atau memiringkan bahu ke arah samping).

d. Lengan

Bagian tubuh ini biasa digunakan untuk mengekspresikan emosi, juga biasa digunakan untuk membuat pemiliknya terlihat lebih berkuasa (berkacak pinggang). Menyilangkan lengan umumnya digunakan untuk menunjukkan ketidaksenangan sementara merenggangkan lengan meng-

⁸¹ Susan G. Buckley, *Buku Pintar Bahasa Tubuh*, (Jakarta: Cerdas Pustaka, 2008), hal. 28-30.

ekspresikan emosi yang kuat (baik emosi yang positif maupun negatif).

e. Tangan

Bagian tubuh ini sering digunakan dengan berbagai tujuan yaitu: untuk mengekspresikan emosi, untuk menunjukkan persahabatan (berjabat tangan), dan untuk menunjukkan ketidaksenangan (menyentuh bagian tertentu dari tubuh sendiri).

f. Kaki

Arah kaki penting untuk menilai sikap seseorang terhadap mitra bicaranya. Mengarahkan kaki kepada mitra bicara menunjukkan minat pada apa yang sedang dibicarakan. Posisi kaki juga dapat menunjukkan kekuasaan dari orang yang memilikinya (mengangkang kaki) atau menunjukkan kekuatan dari orang yang bersangkutan (berdiri dengan kaki merapat). Orang-orang yang berkaki bengkok atau berbentuk huruf U cenderung terlihat muda, naif dan cengeng.

Dapat disimpulkan bahwa bagian-bagian tubuh yang diuraikan di atas memiliki bahasa tubuh tersendiri pada saat berkomunikasi. Biasanya bagian-bagian tubuh tersebut mengikuti apa yang kita komunikasikan dengan lawan bicara kita dan sangat sering digunakan pada saat berkomunikasi. Kita dapat mengetahui lawan bicara kita berkata jujur dan tidak, nyaman dan tidak, ataupun paham dan tidak melalui bahasa tubuhnya pada saat berkomunikasi. Jadi, tanpa diungkapkanpun kita sudah dapat membacanya melalui bahasa tubuh yang dikeluarkannya.

Penggunaan Gesture dalam Komunikasi

Gesture adalah bentuk perilaku nonverbal pada gerakan tangan, bahu, dan jari-jari.⁸² Gesture juga merupakan kombinasi dari bentuk tangan, orientasi dan gerakan tangan, le-

⁸² Hendra Purnama, *Seni Bicara dan Bahasa Tubuh*, (Yogyakarta: Mantra Books, 2014), hal. 48.

Komunikasi Antarpribadi

ngan atau tubuh dan ekspresi wajah untuk menyampaikan pesan dari seseorang.⁸³ Ada dua elemen dalam berkomunikasi yang sangat penting yaitu lisan (komunikasi verbal) dan gesture (komunikasi nonverbal).

Gesture tidak membuat rasa tanpa bahasa lisan yang menyertainya dan sebaliknya lisan tidak membuat rasa tanpa gesture yang menyertainya, sehingga keduanya sebagai sistem gabungan, bukan sebagai dua hal yang terpisah.⁸⁴ Jadi, keduanya adalah komunikasi yang selalu beriringan dan tidak bisa dipisahkan.

Gesture mengkomunikasikan arti dari pernyataan yang dikatakan manusia.⁸⁵ Namun, ada juga yang menyatakan bahwa gesture tidak hanya memberikan informasi tentang tingkah laku dan proses berpikir seseorang, tetapi juga gesture dapat menyampaikan informasi yang tidak mudah disampaikan melalui bahasa lisan. Selain itu, gesture digunakan sebagai bagian dari tindakan komunikasi yang disengaja sebagai pelengkap dalam berkomunikasi.⁸⁶ Gesture, merupakan sumber informasi penting, karena gerakan tubuh mendukung komunikasi lisan, mengurangi ambiguitas bahasa, dan meningkatkan pemahaman konsep.

⁸³ M. Priyadharshni, et al., *Hand Gesture Recognition System Using Hybrid Technology For Hard Of Hearing Community*, (International Journal of Engineering Mathematic & Computer Science, Desember 2013)

⁸⁴ S. Kelly, et al. *Gesture Gives a Hand to Language and Learning: Perspectives from Cognitive Neuroscience, Developmental Psychology and Education*, Journal Compilation 2008 (Blackwell Publishing Ltd, 2008)

⁸⁵ A. Chaudhary, et al. *Intelligent Approaches to interact with Machines using Hand Gesture Recognition in Natural way: A Survey*, (International Journal of Computer Science & Engineering Survey (IJCSSES), 2011)

⁸⁶ S. Padalkar & J. Ramadas. *Designed and Spontaneous Gestures in Elementary Astronomy Education*, (This article is accepted for publication in the International Journal of Science Education, 2010)

Jadi, gesture sangat penting didalam berkomunikasi, karena gesture membantu penerima informasi untuk dapat memahami apa yang disampaikan oleh pemberi informasi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa gesture adalah komunikasi nonverbal berupa gerak tubuh yang meliputi ekspresi wajah, tangan, bahu, jari-jari atau tubuh lainnya yang biasanya digunakan secara bersamaan tanpa disadari ataupun secara sadar pada saat berkomunikasi untuk memberikan pemahaman pada saat berkomunikasi yang juga memiliki pesan-pesan tertentu.

Ilmu yang mempelajari tentang postur tubuh, gerakan, gesture, dan ekspresi wajah disebut dengan kinesik. Kinesik berasal dari bahasa Yunani yaitu kinesis yang berarti gerakan. Ekman dan Friesen mengkategorikannya berdasarkan fungsi, asal, dan makna yaitu sebagai berikut ⁸⁷:

- a. *Emblems*, adalah gerakan yang menggantikan kata dan kalimat. Contohnya seperti meletakkan jari telunjuk di depan. Penggunaan emblem harus diperhatikan karena biasanya akan memiliki arti berbeda di suatu kebudayaan.
- b. *Illustrators*, gerakan yang mendampingi untuk memperkuat pesan verbal. Contohnya seperti menganggukan saat Isyarat nonverbal ini lebih bersifat universal daripada keempat kategori yang ada.
- c. *Affect displays*, gerakan dari wajah dan tubuh yang digunakan untuk menunjukkan emosi. Seperti misalnya ekspresi dan gerakan seseorang yang sedang menyaksikan tim favoritnya memenangkan suatu pertandingan atau seseorang yang menutup pintu dengan keras ketika sedang marah.

⁸⁷ Judy Pearson, *Human Communication*, (New York: Mc Graw Hill Companies, 2003) hal. 109.

Komunikasi Antarpribadi

- d. *Regulators*, adalah gerakan nonverbal yang mengontrol kecepatan gerakan ketika berkomunikasi. Contoh dari regulator misalnya melihat jam tangan ketika bosan dan pergi meninggalkan seseorang saat mengobrol ketika ingin menghentikan pembicaraan.
- e. *Adaptors*, adalah gerakan yang mungkin dilakukan pada waktu yang privasi tapi hanya sebagian dilakukan pada saat berada di depan publik. Seperti misalnya mengupil pada saat sendirian dan ketika berada di ruang publik, yang dilakukan hanya mengusap hidung.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa gesture memiliki berbagai macam kategori-kategori gerakan untuk membedakan maksud dari gerakan-gerakan yang kita keluarkan pada saat berkomunikasi agar lawan bicara kita dapat merespon dengan baik maksud dan tujuan kita.

Komunikasi Publik

Bagian 5

A. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media.⁸⁸ Pengertian lain mengatakan bahwa komunikasi publik merupakan suatu komunikasi yang dilakukan di depan banyak orang. Dalam komunikasi publik pesan yang disampaikan dapat berupa suatu informasi, ajakan, gagasan. Sarananya, bisa media massa, bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik. Yang pasti, Komunikasi Publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien.

⁸⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hal. 7.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi publik sering juga disebut dengan komunikasi massa. Namun, komunikasi publik memiliki makna yang lebih luas dibanding dengan komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang lebih spesifik, yaitu suatu komunikasi yang menggunakan suatu media dalam menyampaikan pesannya.⁸⁹

B. Karakteristik Komunikasi Publik

Ciri-ciri komunikasi public yang membedakan dengan komunikasi yang lainnya adalah:

1. Satu pihak (pendengar) cenderung lebih pasif. Dalam khotbah Jumat, jamaah merupakan pendengar yang sifatnya pasif yang hanya menerima pesan dari komunikator/khotib.
2. Interaksi antara sumber dan penerima terbatas. Dalam khotbah Jumat, khotib dan jamaah tidak dapat melakukan interaksi yang lebih intens lebih dari sekadar sebagai speaker dan listener.
3. Umpan balik yang diberikan terbatas. Dalam khotbah Jumat, umpan balik yang diberikan oleh jamaah tidak sekompleks umpan balik yang diberikan dalam komunikasi interpersonal, dalam khotbah Jumat jamaah dilarang berbicara sehingga hal tersebut membuat jamaah tidak dapat memberikan umpan balik yang banyak.
4. Dilakukan di tempat umum seperti di kelas, auditorium, tempat ibadah. Khotbah Jumat dilakukan di tempat public berupa masjid sebagai tempat ibadah umat Islam.
5. Dihadiri oleh sejumlah besar orang. Khotbah Jumat di masjid dihadiri oleh banyak orang.

⁸⁹ Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi* (Jakarta : Salemba Humanika, 2008) hal. 5.

6. Biasanya telah direncanakan. Khotbah Jumat merupakan agenda yang telah direncanakan sebelumnya, sebagai ibadah rutin yang dilaksanakan setiap hari Jumat.
7. Sering bertujuan untuk memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan dan membujuk.

C. Persiapan Berbicara di Depan Umum

Berbicara di depan umum bukanlah sesuatu yang sulit untuk dilakukan. Seperti halnya saat berbicara dengan teman-teman di kelas. Sebenarnya yang menjadi kunci keberhasilan dalam berbicara adalah sebuah mental dan emosi yang perlu dikuasai dengan baik saat berbicara dengan orang lain. Hal yang perlu diperhatikan saat berbicara di depan publik adalah mental dan bahasa. Beberapa langkah yang mungkin tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan saat berbicara di depan publik sebagai berikut:

1. Menjadi diri sendiri

Memang, tidak ada yang lebih baik selain menjadi diri sendiri. Dikarenakan sebaik apa pun meniru gaya bicara orang lain tidak akan sebaik jika berbicara dengan menggunakan gaya sendiri. Berbicara dengan gaya diri sendiri merupakan gaya yang paling baik dan sempurna. Jika mendapat kekurangan dalam diri dan itu menjadi salah satu alasan untuk mengubah diri untuk meniru gaya orang lain, maka perlu dilakukan adalah memperbaiki.

2. Memperhatikan sikap dan tubuh

Bahasa tubuh adalah bahasa universal yang lebih dapat dipahami kolega. Gerakan tubuh yang luwes, sesuai intonasi, titik, koma ataupun saat penekanan-penekanan yang tepat dalam berbicara merupakan langkah dasar untuk me-

Komunikasi Antarpribadi

narik perhatian semua yang hadir dalam presentasi. Sikap tubuh yang tegas dan penuh keyakinan akan membuat audiens yakin dengan apa yang disampaikan. Selain itu, sikap tubuh yang sempurna dapat membuat aura tubuh semakin terlihat baik. Dengan adanya tubuh yang tenang dapat membantu untuk berbicara lebih komunikatif dan lancar.

3. Menjaga pandangan

Sebenarnya daya tarik seseorang terletak pada pandangan mata. Pandangan mata yang jernih dan tajam adalah salah satu kunci daya tarik yang baik. Pandangan mata juga yang dapat menarik perhatian para audiensi. Akan tetapi, bukan berarti harus melotot agar terlihat menarik bisa-bisa malah melarikan diri gara-gara takut. Jika merasa takut dan ragu untuk memandang secara langsung, maka jangan sampai memalingkan mata dan muka untuk memandang kearah lain. Jadi, sebisa mungkin harus dapat menekan rasa ketakutan tersebut. Perlu diingat bahwa sebisa mungkin harus dapat menguasai emosi dan rasa takut.

4. Tersenyum

Orang senyum adalah salah satu bahasa yang gampang dipahami entah itu bermaksud marah, sedih, sebal, kecewa atau benar-benar bahagia. Tersenyum dalam berbicara juga merupakan salah satu bentuk keramahan yang perlu diberikan kepada audiens. Tersenyum adalah sesuatu yang sederhana dan ringan, tetapi memiliki banyak makna.

5. Tidak boleh panik

Jangan pernah panik saat melakukan sesuatu hal yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Apalagi saat berhadapan dengan orang-orang yang belum pernah ditemui sebelumnya.

Misalnya, saat presentasi yakinlah terhadap diri sendiri bahwa bisa melakukan semua dengan baik. Apabila dihadapi dengan banyak pertanyaan-pertanyaan yang sulit untuk menjawab. Maka, langkah awal yang harus dilakukan adalah berusaha menenangkan dan menguasai diri. Jika memang merasa tidak tahu, ragu-ragu menjawab atau keterbatasan informasi yang diketahui, sebaiknya memberikan jawaban yang sifatnya tidak pasti dan kurang bisa dipertanggungjawabkan. Jadi, jawablah yang sekiranya yakin dan menguasai dengan baik.

6. Berpikiran positif

Tidak hanya ketika berbicara di depan publik saja, tetapi dalam kehidupan sehari-hari, perlu berpikir positif. Berpikir positif bahwa semua dapat kendalikan dengan baik dan lancar. Hal ini adalah kunci utama agar tidak panik. Pepatah mengatakan bahwa “ *Sekitar 95% kegagalan berawal dari orang-orang yang terlalu banyak beralasan dan yang 0,5 % adalah berasal dari orang-orang tidak mau berusaha.*”

7. Percaya diri

Jangan pernah merasa tidak dapat melakukan sesuatu seperti yang orang lain lakukan. Justru pemikiran yang seperti itulah yang akan membunuh diri sendiri. Percayalah pada diri sendiri akan dapat memberikan dan melakukan yang terbaik seperti orang lain lakukan. Tanamkan dalam diri dan katakana pada diri sendiri ” *I am The Master*”. Anggaplah diri seperti itu, dan tidak perlu takut dan ragu lagi dengan kemampuan sendiri.

8. Berlatih

Berlatih memiliki peran yang penting untuk kelancaran dalam presentasi. Berlatih meliputi banyak kriteria yang harus dilakukan, seperti berlatih mempertebal mental, menumbuhkan rasa percaya diri, selalu berpikiran positif, tidak panik dan selalu tenang. Oleh karena itu, berlatih memiliki peran yang tidak kalah pentingnya untuk menentukan keberhasilan. Dengan berlatih akan merasa yakin dan siap melakukan sebuah presentasi atau berbicara di depan orang banyak.⁹⁰

D. Tindak Tutur

1. Tindak Tutur Asertif

Tindak tutur asertif, yaitu bentuk tutur yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya menyatakan (*stating*), menyarankan (*suggesting*), mengeluh (*complaining*), mengklaim (*claiming*), membesar (*boasting*).

2. Tindak Tutur Direktif

Tindak tutur direktif adalah bentuk tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya untuk membuat pengaruh agar mitra tutur melakukan tindakan atau tindak tutur yang memiliki makna memerintah mitra tutur atau melakukan sesuatu untuk penutur yang bersifat verbal dan nonverbal. Misalnya, memesan (*ordering*), memerintah (*commanding*), permohonan (*requesting*), menasihati (*advising*), dan merekomendasi (*recommending*).

⁹⁰ Aqila Smart, *Presentasi Maha Dasyat*, (Jogjakarta: Mitra Pelajar, 2012), hal. 175-182

3. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak tutur ekspresif, yaitu bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan misalnya berterima kasih (*thanking*), memberi selamat (*congratulating*), meminta maaf (*pardoning*), dan memuji (*praising*).

4. Tindak Tutur Komisif

Tindak tutur komisif adalah bentuk tutur yang berfungsi untuk menyatakan janji atau penawaran, atau tindak tutur yang mendorong penutur melakukan sesuatu, dan biasanya tuturan ini bersifat menyenangkan mitra tutur. Misalnya, berjanji (*promising*), bersumpah (*vowing*), dan menawarkan sesuatu (*offering*).

5. Tindak Tutur Deklarasi

Tindak tutur deklarasif adalah bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataannya. Misalnya, mengucilkan (*excommunicating*), menghukum (*sentencing*), memecat (*dismissing*), dan mengangkat (*appointing*).

E. Kontak Mata, Vokalik, Ketepatan dan Perencanaan

Persiapan komunikasi publik yang baik hendaklah diikuti dengan cara penyampaian yang baik sehingga memungkinkan komunikasi itu efektif. Kualitas penyampaian komunikasi publik ditentukan oleh pesan yang sengaja dimaksudkan dan juga oleh pesan yang tidak sengaja disampaikan. Pembicara bertanggung jawab memberikan presentasi yang berharga dalam arena itu bertanggung jawab untuk menyampaikan seefektif mungkin. Untuk menyampaikan presentasi lisan dengan baik perlu diperhatikan beberapa hal seperti berikut:

Komunikasi Antarpribadi

1. Kontak Mata

Kontak mata adalah teknik komunikasi nonverbal yang sangat membantu si pembicara dalam menjelaskan idenya kepada pendengar. Di samping mempunyai kekuasaan yang membujuk, kontak mata juga membantu untuk menjaga perhatian pendengar. Seorang pembicara yang berhasil harus menjaga kontak mata dengan pendengarnya. Untuk mendapatkan hubungan dengan pendengar si pembicara harus menjaga kontak mata langsung dengan pendengar kira-kira 75% dari waktu persentasinya. Kontak mata dengan pendengar membantu si pembicara mengetahui dan memonitor pendengar dan merupakan balikan bagi si pembicara mengenai pesan yang disampaikan.

2. Vokalik

Kecepatan berbicara, nada dan irama suara, serta penekanan pada kata-kata tertentu perlu diperhatikan dalam komunikasi publik. Komunikasi publik yang disampaikan dengan suara yang jelas dan enak didengar dapat memukau pendengar. Tetapi sebaliknya komunikasi publik yang disampaikan dengan suara yang tidak bervariasi, monoton akan membosankan para pendengarnya, sehingga mengurangi perhatian pendengar.

3. Ketepatan

Seringkali suatu komunikasi publik disampaikan dalam situasi informal atau dalam suasana pendengar rileks, maka penyampaian komunikasi publik hendaknya disesuaikan dengan situasi tersebut. Begitu juga sebaliknya, bila kondisi formal maka cara penyampaian komunikasi publik juga bersifat formal. Di samping mempertimbangkan kondisi dan topik pembicaraan, juga dipertimbangkan apa yang diharapkan si pendengar untuk didengar.

4. Perencanaan

Kunci strategi yang terbaik adalah perencanaan. Oleh karena itu sebelum penyampaian komunikasi publik, si pembicara terlebih dahulu telah membuat perencanaan yang matang. Pilihan topik pembicaraan yang cocok untuk diberikan pada pendengar dengan berdasarkan analisis pendengar. Persiapkan materi yang diperlukan dan rencanakan bagaimana strategi penyampaian yang cocok dengan pendengar.

F. Keberanian Berbicara

Keberanian adalah kemampuan untuk menghadapi rasa takut, rasa sakit, bahaya, ketidakpastian, atau intimidasi. Keberanian fisik adalah keberanian dalam menghadapi rasa sakit fisik, kesulitan, kematian, atau ancaman kematian., Keberanian moral adalah kemampuan untuk bertindak benar dalam menghadapi oposisi rakyat, malu, skandal, atau keputusan. Keberanian psikologis berarti bertindak melawan kecenderungan sendiri alami dan menghadapi ketakutan yang mungkin tidak memiliki implikasi moral masyarakat.

Aristoteles mengatakan bahwa keberanian, *The conquering of fear is the beginning of wisdom*. Kemampuan menaklukkan rasa takut merupakan awal dari kebijaksanaan. Artinya, orang yang mempunyai keberanian akan mampu bertindak bijaksana tanpa dibayangi ketakutan-ketakutan yang sebenarnya merupakan halusinasi belaka.

Keberanian merupakan karakter awal untuk seorang *achiever* karena keberanian yang akan membuat seseorang berani melangkah untuk mulai bermimpi besar, meninggalkan zona nyaman, menikahi seseorang, merintis bisnis, menjalankan suatu proyek, menawarkan suatu produk, berbicara di depan umum, berkenalan dengan orang asing yang tidak dikenal atau mencoba berbagai hal-hal yang baru.

Komunikasi Antarpribadi

Inilah yang membuat orang-orang yang memiliki keberanian seringkali menjalani hidup tanpa penyesalan orang yang berbicara di depan umum. Dalam arti luas mencakup semua aktivitas komunikasi lisan di depan khalayak, termasuk dalam seminar, rapat, membawakan acara, persentasi, diskusi, *briefing*, ceramah, pidato, atau mengajar di kelas.

Berbicara di depan umum adalah proses berbicara kepada sekelompok orang dengan cara yang terstruktur, yang disengaja dimaksudkan untuk menginformasikan, memengaruhi, atau menghibur pendengar. Kepentingan akan keberanian/kemampuan berbicara di depan umum sudah sangat mutlak. Kemampuan ini mendasari kesuksesan setiap orang di berbagai bidang. Seorang pembicara di depan umum dengan perannya sebagai pemberi pengaruh dan manfaat bagi para pendengar dituntut untuk tampil meyakinkan. Semua perkataan, penampilan, dan perilakunya dapat saja menjadi inspirasi bagi para pendengarnya. Untuk itu, unsur keberanian dalam komunikasi harus melekat dalam diri seorang pembicara di depan umum guna menghindari kekhawatiran-kekhawatiran yang membuat ia ragu dengan kemampuannya.

Di Indonesia sendiri, masyarakat cenderung menghargai dan menerima seseorang yang mampu menyampaikan ide-idenya dalam bahasa yang dimengerti oleh publik. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan komunikasi, khususnya berbicara di depan umum menjadi kemampuan yang mutlak harus dimiliki setiap individu agar mampu bersaing di zaman yang semakin dinamis.

Keberanian memiliki ciri berupa:

1. Adanya tekad
2. Percaya diri
3. Konsistensi
4. Optimisme

Berdasarkan ciri-ciri diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya seseorang yang ingin menjadi pembicara yang berani/mampu dalam mengeluarkan ide-idenya dalam bahasa yang dapat dimengerti publik dan mampu memotivasi dirinya sendiri, disertai juga dengan adanya tekad yang kuat untuk maju didalam dirinya, percaya diri, konsistensi, dan optimisme. Sehingga itu semua akan menimbulkan keberanian kepada seseorang untuk berbicara di depan umum.

Sedangkan jenis-jenis keberanian adalah:

1. Berani karena Tidak tahu

Keberanian yang timbul karena ketidak-tahuan akan efek atas bahaya atau resiko yang akan dialami. Biasanya ini justru dilakukan oleh orang-orang yang bodoh dan sekadar mengandalkan semangat.

2. Berani karena Benar

Ini adalah keberanian yang didasari atas hakikat agama bahwa sesuatu yang dilakukan demi kebenaran pasti akan mengalahkan yang salah.

3. Berani karena Massal

Keberanian yang hanya timbul karena pelakunya merasa ia bagian dari suatu yang secara kuantitas bisa menghadapi lawan. Biasanya keberanian seperti ini akan cepat sirna ketika massa yang dibawa masih kurang untuk melawan sesuatu yang dihadapinya tsb.

4. Berani karena Tahu

Ini adalah dasar keberanian yang hakiki, keberanian yang timbul bukan hanya karena tahu persis atas apa yang dihadapi, melainkan juga tahu benar bila ia gagal maka sejauh apa resiko yang harus dialami. Dan dapat pula karena tahu persis bahwa ia mampu sehingga rasa berani itu timbul, inilah keberanian sejati dan tentu dia akan maju dengan rasa percaya diri.

Komunikasi Antarpribadi

5. Berani karena Motivasi

Motivasi merupakan dasar yang cukup baik dalam membentuk keberanian karena didalam motivasi ada rasa Percaya Diri, Keteguhan dan Tujuan.

6. Berani karena Nekat

Ini bisa terjadi karena ketidak-tahuan atau justru karena tahu. Tahu bahwa iya tidak mampu mengatasi namun termotivasi atas sesuatu sehingga dia tetap Berani melakukannya hanya mengandalkan nasib. Sebenarnya sungguh perbuatan yang bodoh.

7. Berani karena Niat

Niat biasanya mengiringi tekad yang kuat, sesuatu yang diiringi dengan Niat biasanya benar-benar mencapai tujuan karena Niat tersebut tanpa disadari menjadi pemicu serta penguat diri, membentuk keyakinan suatu kemampuan untuk mencapai, meraih, mengalahkan, menaklukkan, mengatasi sesuatu.

8. Berani karena Bantuan

Ini keberanian yang timbul karena suatu keyakinan bahwa bila kelak ia gagal, akan segera datang bantuan. Ini adalah keberanian dengan Jiwa yang kerdil. Karena pada kenyataannya sebenarnya ia lebih mengandalkan bantuan itu sendiri, dan bukan diri sendiri.

9. Berani karena Takabur

Ini yang disebut over confident. Terjadi karena terlalu yakin dapat mengatasi, namun diiringi dengan pemikiran meremehkan lawan. Dia lupa bahwa diatas langit masih ada langit. Biasanya orang seperti ini akan sangat mudah untuk lalai.

10. Berani karena Takut

Ada banyak orang yang Berani karena sebenarnya mereka Takut. Ini mungkin dapat dilakukan karena sudah terdesak dan pikiran buntu bingung apa yang dapat dilakukan,

lalu tiba-tiba timbul keberanian yang sangat besar. Keberanian seperti ini mirip dengan Berani karena Nekat namun dengan cara yang lebih terhormat karena bawah sadar dia yang menciptakan keberanian tersebut.

Sebagai pembicara di depan umum, sekarang ini fasilitas dan teknologi untuk mempersiapkan diri sudah semakin maju dan mudah didapatkan dibandingkan 10 tahun lalu.

Pembicara di depan umum memiliki lima karakter:

1. Hasrat (*passion*)
2. Energi
3. Percaya diri
4. Kemampuan untuk merasakan kenikmatan saat tampil
5. Kemampuan untuk berbagi antusiasme bersama audiens

Perjalanan untuk menjadi seorang pembicara di depan umum merupakan proses yang awalnya butuh langkah kecil dan keberanian untuk memulai. Dengan bekal pengetahuan, pengalaman, praktek dan hasrat yang tidak pernah padam akan bisa menjadi pembicara di depan umum. Bergabung dengan komunitas *public speaking* atau kursus *public speaking* adalah salah satu hal yang perlu dipertimbangkan jika ingin mengasah kemampuan berbicara di depan umum.

G. Model Komunikasi One Way Communication

Model komunikasi one way communication (komunikasi satu arah) didasari paradigma stimulus-respons. Menurut paradigma ini, komunikasi akan memberikan respons sesuai stimulus yang diterimanya. Komunikasi adalah makhluk pasif, menerima apa pun yang disampaikan komunikator kepadanya.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pasif menerima pesan, pesan berlangsung searah dan relatif tanpa umpan balik, karena itu disebut linear. Terdapat beberapa asumsi retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles agar komunikasi satu arah yang dibangun menjadi komunikasi yang efektif, yaitu⁹¹:

1. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka. Asumsi ini menekankan bahwa hubungan antara pembicara dengan khalayak harus dipertimbangkan. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayaknya, tetapi mereka harus berpusat pada khalayak. Dalam hal ini, khalayak dianggap sebagai sekelompok besar orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan dan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogeny dan serupa. Asumsi ini menggaris bawahi definisi komunikasi sebagai sebuah proses transaksional. Agar suatu pidato efektif harus dilakukan analisis khalayak (*audience analysis*), yang merupakan proses mengevaluasi suatu khalayak dan latar belakangnya dan menyusun pidatonya sedemikian rupa sehingga para pendengar memberikan respon sebagaimana yang diharapkan pembicara.
2. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka. Asumsi ini berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksudkan ini merujuk pada cara-cara persuasi yaitu: ethos, pathos dan logos. Ethos adalah karakter, intelegensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara. Logos adalah bukti logis atau penggunaan argument dan bukti dalam se-

⁹¹ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005) hal. 24.

buah pidato. Pathos adalah bukti emosional atau emosi yang dimunculkan dari para anggota khalayak.

Dalam penyampaian pesan di dalam komunikasi public sangat rentan terhadap *noise* (gangguan), hal itu disebabkan karena komunikasi public cenderung berbentuk komunikasi satu arah (*one way communication*). Terdapat beberapa jenis gangguan (*noise*) di dalam komunikasi public, yaitu⁹²:

1. Gangguan Mekanik

Gangguan fisik merupakan gangguan yang disebabkan oleh adanya suara atau kebisingan lain di sekitar tempat pengiriman pesan, seperti adanya desingan suara mobil atau radio.

2. Gangguan Personal (*personnel noise*)

Gangguan personal yaitu bersangkutan dengan kondisi fisik komunikan atau komunikator yang sedang kelelahan, rasa lapar, atau sedang mengantuk. Juga kondisi psikologis, misalnya tidak ada minat, bosan, dan sebagainya.

3. Masalah Semantik

Gangguan semantik merupakan gangguan yang disebabkan oleh adanya perbedaan makna yang dipahami oleh sumber dan penerima. Biasa terjadi pada istilah-istilah, simbol-simbol, jargon atau rumit. Masalah semantik bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Lebih banyak kekacauan penggunaan bahasa, pengertian suatu istilah atau konsep terdapat perbedaan antara komunikator dengan komunikan.

⁹² Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996) hal. 74.

Komunikasi Antarpribadi

4. Perbedaan Budaya

Perbedaan budaya antara komunikator dengan komunikan akan membuat pesan yang disampaikan tidak seimbang dengan kebudayaan komunikator dengan komunikan, hal tersebut akan membuat pesan kurang efektif.

5. Ketiadaan Feedback

Dalam komunikasi publik, tidak ada timbal balik dari komunikan kepada komunikator, hal tersebut akan membuat komunikan merasa bosan dengan keadaan komunikasi yang ada.

H. Model Komunikasi Satu Arah

1. Model Aristoteles

Model ini merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Bisa juga disebut sebagai model retorikal. Model ini membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Menurut Aristoteles, pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik, alasan, dan juga dengan memainkan emosi publik. Tapi model ini juga memiliki banyak kelemahan. Kelemahan yang pertama adalah, komunikasi dianggap sebagai fenomena yang statis. Kelemahan yang kedua adalah, model ini tidak memperhitungkan komunikasi nonverbal dalam memengaruhi orang lain.

Meskipun model ini mempunyai banyak kelemahan, tapi model ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan model komunikasi modern.

Model ini mengajukan 3 unsur komunikasi utama yang disebut pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*). Model ini lebih berorientasi pada pidato. Terutama pidato untuk memengaruhi orang lain. Selain itu terdapat unsur lain yang disebut setting yaitu suasana lingkungan yang perlu diciptakan agar komunikasi berlangsung efektif. Menurut Aristoteles, untuk berhasil dalam komunikasi public, maka terdapat 3 unsur utama yang harus diperhatikan, yaitu ethos (kredibilitas komunikator), logos (rutun logika argumentasi pesan yang anda sampaikan), pathos (kemampuan memainkan emosi).

2. Model Laswell

Diluncurkan pada 1948, model yang merupakan formula sederhana ini umumnya digunakan untuk mengkaji masalah komunikasi massa. Laswell sendiri menggunakan formula-nya untuk menunjukkan jenis riset dalam bidang komunikasi politik dan propaganda. Karena menganggap model ini terlalu sederhana, banyak yang mengembangkan formula Laswell.

Teori komunikasi yang dianggap paling awal (1948). Laswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *Who says in which channel to whom with what effect* (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Menurut Laswell unsur- unsur dasar, walau dengan penjabaran dan interpretasi yang tidak persis sama yaitu komunikator (*who*), pesan (*says what*), saluran komunikasi (*in which channel*), komunikan (*to whom*), dan efek komunikasi (*with what effect*).

Adapun fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut:

- a. *The surveillance of the environment* (pengamatan lingkungan)

Komunikasi Antarpribadi

- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment* (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan).
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next* (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).

3. Model Braddock

Dalam hal ini Braddock menambahkan tiga hal yang ada hubungannya dengan tindak komunikasi yaitu: (1) situasi ini di mana sebuah pesan dikirimkan, (2) Apa tujuan komunikator menyatakan sesuatu. (3) Apa efek yang terjadi.

4. Model Shannon-Weaver

Model ini dibuat oleh ahli matematik Claude Shannon di akhir 1949, disebut juga model matematis atau model teori informasi. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses linear satu arah. Elemen pertama adalah sumber informasi (*information source*), menghasilkan pesan (*message*), yang oleh pemancar (*transmitter*) diubah menjadi signal. Ketidakmampuan komunikator untuk menyadari bahwa pesan yang dikirim tidak selalu identik dengan pesan yang diterima merupakan salah satu alasan mengapa komunikasi gagal.

Kemudian ada juga "*The Mathematical Theory of Communication*" (Teori Matematika Komunikasi). Teori matematika ini acapkali disebut model Shannon dan Weaver, oleh karena teori komunikasi manusia yang muncul pada tahun 1949, merupakan perpaduan dari gagasan Claude E. Shannon dan Warren Eaver. Shannon pada tahun 1948 mengetengahkan teori matematik dalam komunikasi permesinan (*engineering communication*), yang kemudian bersama Warren pada tahun 1949 diterapkan pada proses komunikasi manusia (*human communication*).

Sumber informasi (*information source*) memproduksi sebuah (*message*) untuk dikomunikasikan. Pesan tersebut dapat terdiri dari kata-kata lisan atau tulisan, musik, gambar, dan lain-lain.

Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi isyarat (*signal*) yang sesuai bagi saluran yang akan dipergunakan. Saluran (*channel*) adalah media yang menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima (*receiver*). Dalam percakapan sumber informasi adalah benak (*brain*) pemancar adalah mekanisme suara yang menghasilkan isyarat, saluran (*channel*) adalah udara.

5. S-M-C-R model (Model S-M-C-R)

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah: S singkatan dari *Source* yang berarti sumber atau komunikator; M singkatan dari *Message* yang berarti pesan; C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan. Khusus mengenai istilah Channel yang disingkat C pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer dan sekunder. Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kias (*gesture*), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang dieprgunakan khusus dalam komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*), sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir-massa, misalnya, surat, telepon atau poster. Jadi, komunikator pada komunikasi tatap muka hanya menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bimedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni media primer dan media sekunder, jelasnya bahasa dan sarana yang ia operasikan.

Komunikasi Antarpribadi

Pidato

Bagian 6

A. Pidato

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi pidato adalah pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak dengan wacana yang disiapkan untuk diucapkan di depan khalayak. Plato (427-347 SM) yang merupakan murid Sokrates berpandangan bahwa inti dari pendidikan adalah ilmu pasti dan ilmu pengetahuan pada umumnya. Menurutnya, terampil dalam berpidato penting sebagai metode pendidikan, alat mencapai kedudukan dan pemerintahan, serta untuk memengaruhi masyarakat.⁹³

Pidato pada dasarnya merupakan salah satu seni retorika. Retorika merupakan salah satu cabang ilmu kuno yang mempelajari tentang seni berbicara, yaitu ilmu yang menekankan tentang bagaimana berbicara dengan baik dan sebagaimana mestinya.

⁹³ Itsna Maharuddi, *Seni Berpidato Dalam Bahasa Inggris*, (Yogyakarta: Immortal Publisher, 2011), hal 14

Komunikasi Antarpribadi

Dalam retorika, seorang pembawa pesan dituntut untuk menggunakan aturan bahasa yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh penerima pesan.

Menurut Keraf, pada hakikatnya pidato termasuk seni monologika dalam keterampilan berbicara. Monologika hadir pada zaman retorika modern. Dalam ilmu retorika modern, monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog. Dalam monologika hanya satu orang yang berbicara kepada sekelompok orang. Bentuk utama monologika adalah pidato.⁹⁴

Pidato merupakan salah satu proses komunikasi, yaitu antara orator sebagai source/komunikator kepada pendengar sebagai receiver. Proses komunikasi paling tidak harus terdiri dari sumber (source), media (medium) kepada penerima (receiver). Sumber utama (primary source) dalam sebuah pesan ialah pembawa pesan itu sendiri. Disamping itu terdapat juga *secondary source*, yaitu sponsor, individu atau kelompok yang dihubungkan dalam penyampaian pesan seorang komunikator. Pesan mengacu kepada apa yang disampaikan atau diisyaratkan oleh komunikator melalui kata-kata, gesture, dan nada suara. Termasuk juga, posisi yang diambil, argumen-argumen dan seruan yang digunakan, urutan dan susunan materi, serta pilihan kata-kata dan syarat-syarat nonverbal yang digunakan saat berkomunikasi. Penerima merupakan faktor komunikasi dalam hak mereka sendiri. Dalam arti bahwa, setiap pendengar dapat menangkap maksud yang berbeda dan dapat mengambil kesimpulan berbeda-beda pula.⁹⁵

Penyampaian pesan secara lisan kepada kelompok masa merupakan hal yang sangat penting. Menurut Keraf (1989), seseorang yang mahir dalam berbicara dapat dengan mudah menguasai massa, karena berhasil memasarkan bahasa me-

⁹⁴ Gorys Keraf, *Komposisi*, (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 314

⁹⁵ Simons, W. Herbert. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. (New York: Random House 1976) hal. 48-51

reka sehingga dapat diterima oleh orang lain.⁹⁶ Agar sebuah pesan dapat diterima, seorang komunikator harus dapat memengaruhi penerima pesan. Persuasi merupakan proses komunikasi yang didesain untuk memengaruhi orang lain dengan memodifikasi apa yang mereka percayai, nilai-nilai, dan dapat mengubah tingkah laku.⁹⁷

Windes (dalam Sandell, 1977) mengemukakan bahwa pidato yang efektif ialah pidato yang menghasilkan *force* (kekuatan), *directness* (keterusterangan), *fresness* (kesegaran), dan *interest* (ketertarikan). Kekuatan dan keterusterangan tampak pada kalimat yang sederhana, bentuk pidato, adanya perumpamaan, penyajian dengan cara yang berbeda, repetisi, seperangkat alat retorik (pertanyaan tanpa jawaban), pertanyaan dengan jawaban, personifikasi dan penggunaan kata ganti, dan lain lain. Selain itu juga memiliki seperangkat alat stilistik yang secara langsung digunakan oleh pembicara untuk menciptakan *fresness* dan *interest* seperti humor, ironi, satir, perumpamaan, paradoks, hiperbola, dan lain lain.⁹⁸

Dari beberapa pengertian diatas, dapat kita pahami bahwa inti dari pidato adalah seni berbicara dihadapan massa, audiens, atau orang banyak dengan berbagai maksud dan tujuan. Hakikat keterampilan berpidato pidato adalah keterampilan berbicara di depan umum dalam komunikasi satu arah atau dua arah dan pengungkapan gagasan yang disampaikan dengan persiapan yang matang meliputi penguasaan materi dan kesiapan mental

⁹⁶ Keraf, Gorys. *Komposisi*. (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 314

⁹⁷ Simons, W. Herbert. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. (New York: Random House 1976) hal. 17-18

⁹⁸ Sandell, R. G. *Linguistic Style and Persuasion*. (London: Academic Press. 1977), hal.75

B. Jenis Pidato

1. Pidato Politik

Tujuan umum pidato politis pada umumnya bukan mengajari, tetapi memengaruhi; bukan meyakinkan, tetapi membakar semangat. Seorang pembicara politis yang baik harus sanggup membimbing massa untuk mengambil keputusan, meskipun hanya dengan menggunakan kata-kata. Jenis pidato politis yang lazim dibawakan adalah pidato kenegaraan, pidato parlemen, pidato perayaan nasional, pidato demonstrasi, dan pidato kampanye.

2. Pidato Khusus

Suasana pertemuan semacam ini pada umumnya akrab, sebab para peserta sudah saling mengenal. Bentuk pidato yang dibawakan biasanya disebut kata sambutan, lamanya antara 3-5 menit. Pidato ini lebih diarahkan untuk menggerakkan hati pendengar. Jenis pidato yang dibawakan pada kesempatan ini adalah pidato ucapan selamat datang, pidato untuk memberi motivasi, pidato ucapan syukur, pidato pembukaan, dan pidato penutup.

3. Pidato Resmi

Pidato ini tergolong dalam suasana resmi yang berdurasi singkat meskipun disampaikan secara bebas. Bentuk pidato ini juga disebut kata sambutan. Sasarannya lebih untuk menggerakkan perasaan dan bukan untuk menanamkan pengertian rasional. Jenis pidato yang dibawakan pada kesempatan ini adalah pidato HUT, pidato pernikahan, pelantikan, pidato pesta perak, dan pesta emas.

4. Pidato Pertemuan Informatif

Pidato yang dibawakan pada kesempatan ini juga bersifat sungguh-sungguh, ilmiah, objektif, dan rasional. Konsentrasi pembeberannya lebih pada penalaran rasional. Jenis-jenis pidato informatif adalah kuliah, ceramah, referat/makalah, pengajaran, wejangan informatif.⁹⁹

Ada sembilan hal yang mencirikan pidato yang dianggap baik, yakni sebagai berikut.

1. Saklik

Pidato itu saklik apabila memiliki objektivitas tinggi. Saklik juga berarti ada hubungan yang serasi antara isi pidato dengan kata-kata yang dipakai sehingga indah terdengar, tapi bukan berarti dihiasi dengan gaya bahasa yang berlebihan. Akhirnya saklek juga berarti ada hubungan yang jelas antara pembeberan masalah dengan fakta dan pendapat atau penilaian pribadi.

2. Jelas Ketentuan

Sejak zaman kuno menyatakan bahwa pembicara harus mengungkapkan pemikirannya sedemikian rupa, sehingga tidak hanya sedapat mungkin isinya dimengerti, tetapi juga jangan sampai ada kemungkinan untuk tidak dimengerti. Oleh karena itu, pembicara harus memilih ungkapan dan susunan kalimat yang tepat dan jelas untuk menghindari salah pengertian.

3. Hidup

Sebuah pidato yang baik harus hidup. Untuk menghidupkan pidato dapat dipergunakan gambar, cerita pendek, atau kejadian-kejadian yang relevan sehingga memancing perhatian pendengar. Pidato yang hidup dan menarik umumnya

⁹⁹ Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. (Yogyakarta: Kanisius. 2009), hal. 48-50

Komunikasi Antarpribadi

diawali dengan ilustrasi, sesudah itu ditampilkan pengertian-pengertian abstrak atau definisi.

4. Memiliki Tujuan

Setiap pidato harus memiliki tujuan (motif pidato). Tujuan ini harus dirumuskan dalam satu dua pemikiran pokok. Dalam membawakan pidato, tujuan ini hendaknya sering diulang dalam rumusan berbeda, sehingga pendengar tidak kehilangan benang merah selama mendengarkan pidato. Kalimat-kalimat yang menggambarkan tujuan dan kalimat-kalimat pada bagian penutup pidato harus dirumuskan secara singkat, jelas tapi padat. Dalam satu pidato tidak boleh disodorkan terlalu banyak tujuan dan pikiran pokok. Lebih baik disodorkan satu pikiran dan tujuan yang jelas sehingga mudah diingat, daripada sepuluh pikiran yang tidak jelas sehingga mudah dilupakan.

5. Memiliki Klimaks

Suatu pidato yang hanya membeberkan kejadian demi kejadian atau kenyataan demi kenyataan, akan sangat membosankan. Oleh karena itu, sebaiknya kenyataan atau kejadian-kejadian itu dikemukakan dalam gaya bahasa yang ke-klimaksan. Berusahalah menciptakan titik-titik puncak dalam memperhatikan pidato untuk memperbesar ketegangan dan rasa ingin tahu pendengar. Selama masa persiapan, titik-titik puncak harus dirumuskan sebaik dan sejelas mungkin.

6. Memiliki Pengulangan

Pengulangan atau redundan itu penting, karena dapat memperkuat isi pidato dan memperjelas pengertian pendengar. Pengulangan itu juga menyebabkan pokok-pokok pidato tidak segera dilupakan. Suatu pengulangan yang dirumuskan secara baik akan memberi efek yang besar dalam ingatan para pendengar. Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa yang dimaksudkan terutama adalah pengulangan isi pesan bukan rumusan. Ini berarti isi dan arti tetap sama, tetapi dirumuskan dengan mempergunakan bahasa yang berbeda.

7. Berisi hal-hal yang mengejutkan

Sesuatu itu disebut mengejutkan adalah jika hal yang diungkapkan belum pernah ada dan terjadi sebelumnya, atau jika meskipun masalahnya biasa dan terkenal, tetapi ditempatkan dalam konteks atau relasi yang baru dan menarik. Memunculkan hal-hal yang mengejutkan dalam pidato berarti menciptakan hubungan yang baru dan menarik antara kenyataan yang dalam situasi biasa tidak dapat dilihat. Hal-hal yang mengejutkan itu dapat menimbulkan ketegangan yang menarik dan rasa ingin tahu yang besar, tetapi tidak dimaksudkan sebagai sensasi.

8. Singkat tapi Padat

Orang tidak boleh membeberkan segala soal atau masalah dalam satu pidato. Oleh karena itu, pidato harus dibatasi pada satu atau dua soal yang tertentu saja. Pidato yang isinya terlalu luas akan menjadi dangkal.

9. Mengandung Humor

Humor dapat menghidupkan pidato dan memberi kesan yang tak terlupakan pada para pendengar. Humor juga dapat menyegarkan pikiran pendengar, sehingga mencurahkan perhatian yang lebih besar kepada pidato selanjutnya. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa pidato yang baik adalah pidato yang saklek, jelas, hidup, memiliki tujuan yang jelas, bergaya klimaks, memiliki pengulangan, mengandung hal-hal yang mengejutkan, singkat tapi padat, dan mengandung humor serta dirancang dalam struktur yang mudah diikuti.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. (Yogyakarta: Kanisius. 2009), hal.50-51

C. Teknik Berpidato

1. Mulai dari Concern Audiens

Komunikator sepatutnya berhasil menimbulkan perhatian atas usahanya sendiri. Di antara caranya adalah menambatkan pembicaraan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khalayak. Setelah perhatian terpusat, pendengar harus dirangsang untuk memperhatikan pokok pembicaraan itu sendiri. Kemudian barulah memperinci dan menyampaikan gagasan utama. Obama membuka pidato dengan cerita-cerita yang beredar di kalangan kongres Amerika serikat sewaktu ia berpidato di depan kongres. Ia mulai dengan cerita bagaimana susahjanya menjadi anggota kongres yang terpaksa tidak tidur bermalam-malam hanya untuk membahas kemungkinan penurunan tunjangan sekolah karena kurangnya biaya. Audiens terlibat secara emosi dengan pengantar pidatonya. Setelah itu, Obama mengutarakan apa strateginya. Ini merupakan teknik yang brilian. Mulailah pembicaraan dari gambaran situasi emosi yang dihadapi oleh audiens. Kemudian, perhatikan bahasa tubuh para pendengar anda. Bila mereka mengangguk-angguk tanda setuju, lanjutkan dengan menjelaskan permasalahan dan tantangan yang ada dalam benak audiens. Intinya, mulailah bicara dari konsen audiens anda, dan kemudian bombing mereka ke arah yang anda tuju dengan menyampaikan gagasan anda.

2. Keep It Simple

Selama kampanye presiden, Obama selalu menekankan pesan utama "*Change you Can believe in*". Obama menggunakan slogan sederhana ini dan membuat jutaan rakyat Amerika percaya bahwa ia adalah politisi yang mampu membuat perubahan. Obama menenangkan hati dengan slogan sederhana yang memberikannya banyak kemudahan untuk masuk dalam topik-topik lain misalnya kesehatan, eko-omi, dan terorisme.

Anda bisa melakukannya. Buatlah pesan anda sederhana, meskipun Anda memiliki segunung ide. Akan tetapi dalam membuat pesan harus sesuai dengan pesan inti anda.

3. Antisipasi Pikiran Audiens

Pada saat anda menyampaikan salah satu sudut pandang, sangat mungkin jika audiens malah memikirkan hal lain yang tidak anda sebutkan dalam topik pidato anda. Sebuah pidato yang tidak memperhatikan kemungkinan pikiran audiens, maka akan kehilangan perhatian dari audiens karena gagal menjawab apa yang menjadi concern audience. Jadi, bertindaklah antisipatif. Obama melakukan cara ini dengan sangat efektif, dalam kampanyenya ketika orang-orang mempertanyakan kelayakan ras kulit hitam sebagai presiden Amerika. Pidato Obama berjalan dengan efektif karena Obama berani membiarkan setiap orang berpikir, dan dengan pertanyaan orang-orang Obama mampu menjawabnya dengan baik.

4. Pause

Rate, atau kecepatan bicara dipengaruhi oleh isi pesan, tingkat emosionalitas, dan intelektualitas pesan. Secara singkat, rate membantu dalam hal menyampaikan pengertian, mengungkapkan perasaan, dan memberikan terhadap gagasan yang perlu ditegaskan. Rate dikontrol oleh pause (hentian). Seorang komunikator berhenti untuk memberikan kesempatan kepada audiens untuk mencerna dan memahami apa yang dikatakannya. Bagi pembicara, hentian memberinya peluang untuk berpikir, mencari kata yang paling tepat, dan merencanakan gagasan yang akan disampaikan. Obama sangat menguasai seni membuaat jeda dalam setiap pidatonya. Dia membiarkan beberapa detik jeda di antara pembicaraannya untuk membuat audiens menangkap maksudnya, untuk memastikan suaranya bergema dalam hati audiens, dan untuk membantu audiens rileks.

Komunikasi Antarpribadi

Jeda membuat impresi bahwa seseorang yang berpidato mampu mengontrol dirinya sendiri. Dalam membuat jeda, tidak ada patokan yang pasti, akan tetapi ada beberapa ram-bu yang perlu diperhatikan dan harus sering dilatih oleh se-seorang yang akan melaksanakan pidato, hal tersebut adalah dengan pelan, hirup nafas anda dalam hitungan ketiga da-lam setiap jeda. Tujuannya adalah untuk membuat tubuh merasa rileks.

5. Menguasai Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh Obama rileks dan lancer. Tidak menunjuk-kan ketegangan dan kekhawatiran. Dia kalem dan asertif se-hingga membuat orang-orang mengikuti permintaannya. Menguasai bahasa tubuh menjadi hal yang penting dalam berpidato, Obama mempunyai sifat yang kalem. Kalem me-nunjukkan kewenangan. Maka bersikaplah bahwa anda da-lam keadaan terkontrol oleh diri anda sendiri, setelah mam-pu mengontrol diri sendiri maka tahap selanjutnya adalah mengontrol dan mendapatkan perhatian audiens.

Berdasarkan metode penyampaianya pidato terbagi ke dalam empat jenis.

1. Impromptu

Pidato impromptu disampaikan dengan tanpa persiapan.

2. Membaca Naskah

Pidato membacakan naskah dilakukan untuk menghin-dari kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi.

3. Menghafal

Metode ini dilakukan dengan penuh persiapan. Naskah yang akan dipidatoken dipersiapkan lebih dahulu kemudian dihapalkan kata demi kata.

4. Ekstemporan

Metode Ekstemporan dilakukan dengan cara menuliskan pokok-pokok pikiran yang akan dipidatoken. Ia menggunakan catatan itu untuk mengingatkannya tentang urutan dan ide-ide penting yang hendak disampaikannya.¹⁰¹

D. Prinsip 3V (Vokal, Verbal dan Visual)

Banyak hal yang dapat mendukung keberhasilan dalam penyampaian sebuah pidato. Dari sekian banyak hal itu, terdapat tiga prinsip pokok sebagai penentu suksesnya pidato. Tiga prinsip pokok terampil berpidato tersebut meliputi 3V yaitu vokal, verbal, dan visual. Semuanya terkait tentang bagaimana manusia bisa menyerap informasi secara maksimal, bagaimana orang bisa tersentuh emosinya, dan sebagainya.

b. Vokal

Mekanisme olah vokal adalah mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan atau kalimat.⁴ Segi vokal menyangkut intonasi suara. Tinggi dan rendahnya, berirama atau monoton/datar, bahkan diam. Kapan harus diam dan kapan harus bicara lagi, ini merupakan aspek yang penting dalam berpidato.

Tidak mungkin agar orang dapat ikut terbawa suasana sedih, anda menyampaikan dengan nada tinggi seperti orasi. Tidak mungkin untuk membangkitkan semangat, anda menyampaikan dengan nada pelan dan lembut. Hal lainnya adalah segi vokal menentukan bosan atau tidaknya audiens.

¹⁰¹ Resmini, Novi dan Juanda, Dadan. *Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Di Kelas Tinggi*. (Bandung : UPI PRESS2007), hal.96.

Komunikasi Antarpribadi

b. Verbal

Segi verbal menyangkut artikulasi suara. Kejelasan pengucapan huruf, pemilihan kata-kata yang tepat dan sesuai untuk pendengar, bahasa yang digunakan, dan lain-lain.

c. Visual

Segi visual mencakup ekspresi tubuh, gerakan badan dan tangan, dan alat bantu atau media yang digunakan.¹⁰²

E. Langkah-Langkah Efektif Terampil Berpidato

Berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang sangat berguna untuk dimiliki. Tidak semua orang mampu dan terampil berbicara di depan umum, karena sering kita jumpai masih banyak orang “demam panggung” yang ketika menyampaikan gagasannya gemetar, keringat dingin keluar, dan bicaranya gugup. Untuk itu, perlu belajar dan adanya latihan agar dapat memiliki keterampilan dalam berpidato.

Berpidato memerlukan latihan, apalagi di hadapan massa. Persiapan yang matang dan latihan yang intensif akan sangat membantu kelancaran berpidato. Secara garis besar, ada dua langkah praktis yang dapat membantu untuk meningkatkan keterampilan berpidato yaitu persiapan sebelum berpidato dan meningkatkan kualitas.

a. Persiapan Sebelum Pidato

Ada enam hal yang perlu dipersiapkan dalam berpidato, yaitu: mengapa, siapa, di mana, kapan, apa, dan bagaimana.¹⁰³

¹⁰² Been Rafanany, *30 Menit Jago Menjadi MC dan Pidato dalam bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Araska, 2013), h. 83.

¹⁰³ Maidar dan Mukti, *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 1988), h. 54

1) Mengapa

Hal pertama yang harus jelas dalam pikiran siswa adalah menetapkan tujuan. Penetapan sasaran akan sangat membantu dalam menentukan arah pembicaraan dan juga bermanfaat dalam memilih bahan yang sesuai dengan sasaran.

Ketika berpidato, kita harus mengetahui terlebih dahulu apa yang akan kita sampaikan. Dengan singkat kita memerhatikan topik dan tujuan. Antara topik dan tujuan ada hubungan yang sangat erat.

Pada umumnya sasaran pembicaraan dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan, misalnya pembawa acara resepsi pernikahan, berpidato di sekolah, berpidato di masyarakat umum, dan lain sebagainya.

2) Siapa

Mengetahui apa dan siapa pendengar dapat membantu dalam menetapkan bahan yang akan disampaikan dan meyakinkan kepada seorang publik speaking bahwa bahan yang disampaikan kepada pendengar tepat sasaran.

Selanjutnya, tujuan mengetahui siapa audiens adalah untuk mengurangi kecemasan berpidato. Kecemasan berpidato akan timbul manakala seorang publik speaking berpidato di hadapan orang-orang yang ilmunya setingkat di atas, di hadapan guru dan sebagainya. Kecemasan berpidato adalah batu sandungan yang besar bagi publik speaking. Kecemasan dapat menghilangkan rasa kepercayaan diri seorang *public speaking*.

Maka, sebelum berpidato seorang publik speaking harus mengetahui hal-hal sebagai berikut, yaitu:

- a) Berapa banyak orang yang hadir
- b) Mengapa mereka hadir di ruang tersebut
- c) Bagaimana tingkat pendidikan, usia, pengetahuan orang yang hadir.

Komunikasi Antarpribadi

3) Di Mana

Penting bagi seorang siswa untuk mengetahui dan memperhatikan tempat pembicaraan akan dilaksanakan. Berikut ini beberapa hal yang perlu menjadi perhatian bagi seseorang yang akan menyampaikan pidato.

- a) Melakukan Praktik. Praktik berpidato hendaknya dilakukan dalam berbagai gaya penyampaian, mengubah suara dalam berbagai cara, datar, menaik, menurun, berbisik membentak, mengeluh, tenang dan bergelora. Praktik berpidato selain menambah pengetahuan, akan menambah kepercayaan diri ketika melakukan pidato.
- b) Mempelajari sarana yang tersedia. Sangat bermanfaat apabila sebelum berpidato terlebih dahulu mencoba mengoperasikan sarana yang tersedia. Misalkan, slide proyektor, dan sound system.
- c) Meneliti gangguan yang mungkin timbul. Sebelum melakukan pidato, dalam menyampaikan gagasan perlu mewaspadaai gangguan yang mungkin timbul, misalnya tempatnya di dekat jalan raya sehingga suara harus bisa mengalahkan suara kendaraan yang lewat.
- d) Tata letak tempat duduk. Tata letak tempat duduk diperhatikan, diatur, dipersiapkan, dan dikaitkan dengan sasaran pembicaraan.

4) Kapan

Berapa lama waktu yang diperlukan dalam berpidato? Maka, dalam berpidato perlu memperhatikan manajemen waktu. Meliputi:

- a) Waktu penyelenggaraan. Waktu penyelenggaraan sangat memengaruhi dalam berpidato, biasanya waktu sesudah makan siang dikenal sebagai waktu “kuburan”. Audiens yang sudah makan kenyang akan membuat audiens untuk “berngantuk ria” daripada mendengarkan pidato.

- b) Berapa lama waktu yang digunakan. Butir-butir pembicaraan harus ditulis dalam waktu yang tepat, terlalu lama membicarakan satu topik, membuat audiens merasa bosan, sedangkan terlalu singkat membuat audiens kebingungan. Maka seorang yang menyampaikan pidato hendaknya mempunyai manajemen waktu yang tepat. Mempersiapkan pidato meliputi, berapa lama pidato dilaksanakan, waktu untuk pembukaan, pembahasan atau menyampaikan topik, peralihan dari pokok bahasan, dan waktu untuk melakukan tanya jawab.
- c) Konsentrasi. Tidak bisa dipungkiri bahwa sangat sulit bagi audiens untuk berkonsentrasi penuh selama lebih dari 1 jam. Apalagi bila audiens merasa bahwa gagasan yang disampaikan tidak menarik dan tidak bermanfaat. Umumnya seseorang dapat berkonsentrasi penuh selama 20 menit di awal, setelah itu konsentrasi akan menurun sedikit demi sedikit. Maka penting bagi seorang yang menyampaikan pidato untuk melakukan kontak dengan audiens, hal ini untuk menjalin hubungan dengan audiens dan melihat gejala-gejala yang ada pada diri audiens. Termasuk di antaranya yaitu konsentrasi dari audiens dalam memahami dan menangkap materi yang disampaikan.

5) Apa

Agar sasaran pidato tepat dan dapat dicapai, maka perlu adanya persiapan bahan yang akan disampaikan dalam pidato. Berikut ini beberapa saran dalam memilih Topik yang akan disampaikan dalam berpidato, yaitu:

a) Menyusun dan Memilih Topik

Dalam menyusun dan memilih topik perlu diperhatikan hal-hal berikut ini:

- 1) Topik harus sesuai dengan latar belakang pengetahuan anda.
- 2) Topik harus menarik minat pendengar.

Komunikasi Antarpribadi

- 3) Topik harus terang ruang-lingkup dan pembatasannya.
- 4) Topik harus sesuai dengan pengetahuan pendengar.
- 5) Topik harus sesuai dengan waktu dan situasi.

b) Menggunakan Contoh

Dalam berpidato, supaya dapat berjalan dengan baik dan efektif maka perlu adanya penyederhanaan informasi yang sulit dipahami dan informasi yang kompleks. Yaitu dengan menggunakan contoh-contoh yang benar-benar terjadi dalam lingkungan dan kehidupan sehari-hari dan dikaitkan dengan pokok-pokok bahasan yang disampaikan.

c) Membuka dan Menutup Pembicaraan

Pembukaan pidato adalah bagian penting dan menentukan. Kegagalan dalam membuka pidato akan menghancurkan seluruh komposisi dan presentasi pidato. Tujuan utama pembukaan pidato adalah membangkitkan perhatian, memperjelas latar belakang pembicaraan dan menciptakan kesan yang baik.

Sedangkan dalam menutup pidato harus dapat memfokuskan pikiran dan perasaan audiens pada gagasan utama atau kesimpulan penting dari seluruh isi pidato. Karena itu, penutup pidato harus dapat menjelaskan seluruh tujuan komposisi, memperkuat daya persuasi, mendorong pemikiran dan tindakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan terakhir yang positif.

Maka, membuka pembicaraan perlu dirancang dengan tujuan dapat menimbulkan minat audiens, dapat menimbulkan rasa butuh dari audiens, dapat menjelaskan secara garis besar pokok-pokok pembahasan dan sasaran pembicaraan. Sementara itu, dalam menutup pembicaraan, hendaknya menyimpulkan hal-hal yang telah disampaikan.

d) Membuat Catatan-catatan yang Ingin Disampaikan

Di antara cara yang dapat digunakan untuk mengingat urutan-urutan dalam berpidato adalah membuat catatan tertulis dengan menggunakan kertas kecil. Hal yang dituliskan dalam kertas tersebut hendaknya kata-kata kunci saja dan waktu yang digunakan untuk menyampaikan apa yang tertulis dalam kertas kecil tersebut.

6) *Bagaimana*

Penggunaan kata merupakan basis komunikasi, termasuk di antaranya adalah dalam berpidato. Akan tetapi dalam kenyataannya keberhasilan dalam berpidato tidak hanya ditentukan dari penggunaan kata saja, akan tetapi justru yang menentukan adalah penggunaan non kata. Berpidato berhasil apabila memenuhi presentase kontribusi sabagai berikut:

- a. 7%: penggunaan kata
- b. 38%: penggunaan nada dan suara
- c. 55%: penggunaan ekspresi muka, bahasa tubuh, dan gerakan tubuh.

Maka, kata-kata yang digunakan sebaiknya disesuaikan dengan taraf pendengar, begitu juga penggunaan istilah. Karena penggunaan kata-kata yang tidak tepat akan menimbulkan masalah.

Supaya pidato dapat berjalan dengan efektif, hendaknya seorang publik speaking menggunakan ekspresi dan intonasi yang tepat, diam sejenak untuk membentu audiens agar dapat mencerna materi yang sudah diterima. Selain itu bicara dengan jelas dan teratur dan juga bicara dengan volume memadai.

Di samping penyampaian dengan menggunakan kata, maka ke-efektifan dalam berpidato justru bergantung pula pada hal yang non kata, seperti gerakan tubuh, tangan, kontak mata, cara berdiri, dan ekspresi muka. Maka, ketika berpidato janganlah terpaku di satu tempat seperti patung atau sibuk dalam membaca catatan.

Komunikasi Antarpribadi

Dalam berpidato, fungsi gerakan fisik adalah untuk menyampaikan makna, menarik perhatian, dan menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat.

b. Meningkatkan Kualitas

Dalam suatu forum pidato, banyak cara yang dapat digunakan dalam rangka menghidupkan suasana dalam forum tersebut, apalagi bila waktu untuk berpidato cukup panjang. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam menghidupkan suatu forum adalah:

1. Memberikan sesi Tanya jawab

Memberi kesempatan kepada audiens untuk mengajukan pertanyaan untuk menghidupkan suasana dan menguji apakah materi yang disampaikan sudah dapat ditangkap dengan baik oleh pendengar.

2. Antusiasme

Ketika berpidato, hendaknya menunjukkan antusiasme berbicara sewaktu menyampaikan materi.

3. Menciptakan situasi yang menyenangkan

Dalam berpidato hendaknya menciptakan situasi yang menyenangkan dan tidak menegangkan/mengancam audiens.

4. Menggunakan alat bantu

Alat bantu dapat mendukung pembicara dalam menyampaikan gagasan/materi. Tiga kelompok alat yang dapat mendukung pembicaraan adalah menstimuli: visual, hearing dan feeling (VHF).

c. Faktor Penunjang Keefektifan Pidato

Pembicara yang baik adalah pembicara yang dapat menyampaikan informasi dengan efektif kepada pendengar. Pembicara sebaiknya memahami isi pembicaraannya dan dapat mengevaluasi efek komunikasinya terhadap pendengar. Selain itu, pembicara yang baik adalah pembicara yang dapat memperlihatkan keberanian, kegairahan, berbicara jelas, dan tepat.

Adapun beberapa faktor yang harus diperhatikan pembicara untuk berpidato yaitu faktor penunjang kebahasaan dan faktor penunjang nonkebahasaan.

a. Faktor kebahasaan

- 1) Ketepatan ucapan. Seorang pembicara harus membiasakan diri mengucapkan kalimat secara tepat dan jelas. Pengucapan yang kurang tepat dapat memengaruhi perhatian dari pembicara. Seorang pembicara memiliki gaya bicaranya tersendiri yang dapat berubah sesuai dengan pokok pembicaraan dan situasi pembicaraan.
- 2) Penempatan tekanan (intonasi, nada, dan durasi yang sesuai). Kesesuaian intonasi, nada, dan durasi merupakan daya tarik tersendiri dalam berbicara serta sebagai faktor penentu keefektifan berkomunikasi. Jika dalam penyampaian masalah yang dibicarakan datar-datar saja hampir dapat dipastikan akan menimbulkan kejenuhan, kurang menarik sehingga keefektifan berbicara menjadi terganggu.
- 3) Pilihan kata (diksi). Pilihan kata saat menyampaikan sebuah informasi hendaknya tepat, jelas, dan bervariasi sehingga mudah dipahami oleh pendengar.

b. Faktor Nonkebahasaan

1. Sikap yang tenang dan wajar serta tidak kaku akan memberikan kesan yang menarik.

Komunikasi Antarpribadi

2. Pandangan yang diarahkan pada lawan bicara. Pandangan pembicara harus mengarah kepada lawan bicara sebagai bentuk kekomunikatifan seseorang ketika berbicara di depan umum.
3. Kenyaringan suara. Tingkat kenyaringan suara seorang pembicara disesuaikan dengan jarak percakapan agar terdengar jelas oleh pendengar.
4. Kelancaran berbicara. Seorang pembicara yang lancar dalam melontarkan maksud pembicaraannya dapat memiliki kesan tersendiri bagi pendengar.
5. Gerak badan (gesture) dan mimik tepat. Gesture yang dimiliki seorang pembicara serta mimik yang dapat mewakili maksud pembicaraan merupakan bagian dari kekomunikatifan pembicara dalam berkomunikasi.
6. Penalaran suatu gagasan harus berkesinambungan. Hal ini berarti hubungan dalam kalimat harus logis dan berhubungan dengan pokok pembicaraan.
7. Penugasan topik yang baik akan menumbuhkan keberanian dan kelancaran pembicaraan.¹⁰⁴

Pesan pembicara dapat tersampaikan dengan baik jika pembicara menguasai faktor kebahasaan dan non-kebahasaan. Pembicara memiliki persiapan matang, yaitu penguasaan materi, pilihan kata yang tepat, daya persuasi yang menarik, kesiapan mental, dan mampu menguasai medan massa.

¹⁰⁴ *Arsjad Maidar dan Mukti. Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia.* (Jakarta: Erlangga.1988). hal17-22

Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Bagian 7

A. Hakikat Etika

Secara etimologis kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* dan *ethikos*, *ethos* yang berarti sifat, watak, adat, kebiasaan, tempat yang baik. *Ethikos* berarti susila, keadaban, atau kelakuan dan perbuatan yang baik. Kata “etika” dibedakan dengan kata “etik” dan “etiket”. Kata etik berarti kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak atau nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Adapun kata etiket berarti tata cara atau adat, sopan santun dan lain sebagainya dalam masyarakat beradaban dalam memelihara hubungan baik sesama manusia.¹⁰⁵

Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.

¹⁰⁵ Abd Haris, *Pengantar Etika Islam*. (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007) hal 3.

Komunikasi Antarpribadi

Menurut K. Bertens, etika secara umumnya sebagai berikut:

1. Etika adalah niat, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya.
2. Etika adalah nurani (bathiniah), bagaimana harus bersikap etis dan baiknya sesungguhnya timbul dari kesadaran dirinya.
3. Etika bersifat absolut, artinya tidak dapat ditawar-tawar lagi, kalau perbuatan baik mendapat pujian dan yang salah harus mendapat sanksi.
4. Etika berlakunya, tidak tergantung pada ada atau tidaknya orang lain yang hadir.¹⁰⁶

B. Etiket

Istilah etika dan etiket ada kalanya digunakan untuk pengertian yang sama dalam kehidupan sehari-hari. Etika lebih luas pengertian dan penggunaannya daripada etiket. Istilah etiket, berasal dari kata *etiquette* (Perancis), yang berarti kartu undangan, yang biasa digunakan oleh raja-raja Perancis ketika menyelenggarakan pesta. Dalam perkembangan selanjutnya istilah etiket tidak lagi berarti kartu undangan. Etiket artinya lebih menitikberatkan pada cara-cara berbicara yang sopan, cara berpakaian, cara duduk, cara menerima tamu di rumah/di kantor dan sopan santun lainnya. Etiket ini sering disebut pula tata krama.

Maksudnya kebiasaan sopan santun yang disepakati dalam lingkungan pergaulan setempat. Tata mempunyai arti adat, aturan, norma, peraturan, sedangkan krama berarti tindakan, perbuatan. Dengan demikian tata krama berarti sopan santun, kebiasaan sopan santun atau tata sopan santun. Kesadaran manusia mengenai baik buruk disebut kesadaran etis atau kesadaran moral.

¹⁰⁶ Bertens, K. *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991) hal.9

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Etiket merupakan sejumlah peraturan kesopanan yang tidak tertulis, namun harus diketahui, diperhatikan dan ditaati dalam kehidupan bermasyarakat. Etiket juga berisi sejumlah aturan yang lama mengenai tingkah laku perorangan dalam masyarakat beradab berupa tata cara formal atau tata krama lahiriah untuk mengatur hubungan antarpribadi sesuai dengan status sosialnya.

Etiket didukung oleh nilai-nilai berikut:

1. Nilai-nilai kepentingan umum.
2. Nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, kebaikan
3. Nilai-nilai kesejahteraan
4. Nilai-nilai kesopanan, harga menghargai
5. Nilai-nilai pertimbangan rasional, mampu membedakan sesuatu yang bersifat rahasia dan yang bukan rahasia.

Perbedaan antara etika dengan etiket:

1. Etiket menyangkut cara melakukan perbuatan manusia.

Etiket menunjukkan cara yang tepat artinya cara yang diharapkan serta ditentukan dalam sebuah kalangan tertentu. Etika tidak terbatas pada cara melakukan sebuah perbuatan, etika memberi norma tentang perbuatan itu sendiri. Etika menyangkut masalah apakah sebuah perbuatan boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

2. Etiket hanya berlaku untuk pergaulan

Etika selalu berlaku walaupun tidak ada orang lain. Barang yang dipinjam harus dikembalikan walaupun pemiliknya sudah lupa.

Komunikasi Antarpribadi

3. Etiket bersifat relatif

Yang dianggap tidak sopan dalam sebuah kebudayaan, dapat saja dianggap sopan dalam kebudayaan lain. Etika jauh lebih absolut. Perintah seperti “jangan berbohong”, “jangan mencuri” merupakan prinsip etika yang tidak dapat ditawar-tawar.

Etiket hanya memadamkan manusia dari segi lahiriah saja sedangkan etika memandang manusia dari segi dalam pepi misalnya tutur katanya lembut, memegang etiket namun menipu. Orang dapat memegang etiket namun munafik sebaliknya seseorang yang berpegang pada etika tidak mungkin munafik karena seandainya dia munafik maka dia tidak bersikap etis. Orang yang bersikap etis adalah orang yang sungguh-sungguh baik.

C. Etika dalam Konteks Komunikasi

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional di perlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat.

Mengingat etika erat kaitannya dengan manusia, yakni di mana etika mengatur mengenai norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia.

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Sementara komunikasi merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain. Dengan adanya komunikasi, maka terjadilah hubungan sosial karena bahwa manusia itu adalah sebagai makhluk sosial, di antara satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sehingga terjadinya interaksi timbal balik.

Dalam hubungan seseorang dengan orang lain terjadi proses komunikasi di antaranya. Tetapi ketika sedang melakukan komunikasi terkadang tidak memperhatikan etika-etika komunikasi dengan baik. Hal ini yang terkadang orang salah menafsirkan isi dari informasi yang diberikan atau pun yang didengarkannya.

Hakikat dan peranan etika dalam komunikasi yaitu: proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan mempunyai maksud dan makna. Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut perlu adanya etika atau aturan. Hal ini agar pesan komunikasi yang ingin disampaikan memiliki kesamaan makna baik dari komunikator maupun komunikan. Oleh karena itu, peran etika dalam komunikasi sangat diperlukan mengingat manusia adalah makhluk yang beretika dan berkomunikasi. Etika adalah sebuah aturan yang mengatur manusia agar hidup sesuai dengan norma-norma dan adat kebiasaan.

Contoh Teknik Komunikasi Yang Baik

1. Menggunakan kata dan kalimat yang baik menyesuaikan dengan lingkungan
2. Gunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh lawan bicara
3. Menatap mata lawan bicara dengan lembut
4. Memberikan ekspresi wajah yang ramah dan murah senyum
5. Gunakan gerakan tubuh / gesture yang sopan dan wajar
6. Bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara

Komunikasi Antarpribadi

7. Memakai pakaian yang rapi, menutup aurat dan sesuai sikon
8. Tidak mudah terpancing emosi lawan bicara
9. Menerima segala perbedaan pendapat atau perselisihan yang terjadi
10. Mampu menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara.
11. Menggunakan volume, nada, intonasi suara serta kecepatan bicara yang baik
12. Menggunakan komunikasi nonverbal yang baik sesuai budaya yang berlaku seperti berjabat tangan, merunduk, hormat dan lain sebagainya

D. Kepribadian

Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan pokok manusia agar dapat berinteraksi dengan satu sama lain, agar mencapai komunikasi yang efektif seharusnya ada komunikator yakni orang yang menyampaikan pesan dan komunikan yakni orang yang menerima pesan. Tetapi tidak semua orang mampu melakukan komunikasi dengan baik karena setiap manusia juga memiliki tipe kepribadian yang berbeda. Kepribadian sangat perlu diketahui dan dipelajari karena kepribadian sangat berkaitan erat dengan pola penerimaan lingkungan sosial terhadap seseorang. Orang yang memiliki kepribadian sesuai dengan pola yang dianut oleh masyarakat di lingkungannya, akan mengalami penerimaan yang baik, tetapi sebaliknya jika kepribadian seseorang tidak sesuai, apalagi bertentangan dengan pola yang dianut lingkungannya, maka akan terjadi penolakan dari masyarakat.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Askara, 2011), hal .1

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Personality atau kepribadian berasal dari kata pesona yang berarti topeng, yakni alat untuk menyembunyikan identitas diri. Bagi bangsa romawi pesona berarti “bagaimana seseorang tampak pada orang lain”, jadi bukan diri yang sebenarnya. Adapun pribadi yang merupakan terjemahan dari bahasa Inggris person, atau pesona dalam bahasa Latin yang berarti manusia sebagai perseorangan, diri manusia atau diri orang sendiri.¹⁰⁸

Bruce perry, seorang peneliti dari Baylor College of Medicine AS menemukan bukti bahwa perilaku buruk juga disebabkan oleh perubahan struktur dan kerjapada otak.¹⁰⁹

Sumarno Markam berkesimpulan bahwa kepribadian tersebut dapat dilihat dari perilaku seseorang yang dibentuk melalui Amigdala, yaitu bagian dalam sistem limbik pada otak manusia yang berfungsi sebagai pusat perasaan.¹¹⁰

Pendapat David Lykken bahwa kepribadian sebagai suatu perangsang dan langkah serta semua kekhasan yang membuat orang berbeda dari orang lain dalam hal kemungkinan hubungan dengan genetik tertentu dalam diri manusia.¹¹¹

Secara filosofis dapat dikatakan bahwa pribadi adalah “aku yang sejati” dan kepribadian merupakan “penampakan sang aku” dalam bentuk perilaku tertentu. Di sini muncul gagasan umum bahwa kepribadian adalah kesan yang diberikan seseorang kepada orang lain yang diperoleh dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan diperbuat yang terungkap melalui perilaku.¹¹²

Kepribadian artinya pesona atau personality berubah menjadi istilah yang mengacupada gambaran sosial tertentu yang diterima oleh individu dari kelompok atau masyarakat, kemudian individu tersebut diharapkan bertingkah laku

¹⁰⁸ *Ibid.*, hal.2

¹⁰⁹ *Ibid.*, hal.2

¹¹⁰ *Ibid.*, hal.3

¹¹¹ *Ibid.*, hal.3

¹¹² *Ibid.*, hal.2

Komunikasi Antarpribadi

berdasarkan atau sesuai dengan gambaran sosial (peran) yang diterimanya.¹¹³

Karakter erat kaitannya dengan dengan personality atau kepribadian seseorang. Adapula yang mengartikan sebagai identitas diri seseorang.¹¹⁴ Pusat Bahasa Depdiknas yang mengartikan karakter sebagai bawaan sebagai bawaan, hati, jiwa, kepribadian, budi pekerti, perilaku, personalitas, sifat, tabiat, temperamen, dan watak.¹¹⁵

Character Counts USA mengemukakan sepuluh karakter dasar manusia yang di kembangkan, yaitu (1) dapat dipercaya (*trustworthiness*), (2) rasa hormat dan perhatian (*respect*), (3) peduli (*caring*), (4) jujur (*fairness*), (5) tanggung jawab (*responsibility*), (6) kewarganegaraan (*citizenship*), (7) ketulusan (*honesty*), (8) berani (*courage*), (9) tekun (*dilligence*), (10) integritas.¹¹⁶

Kepribadian dan kehidupan psikologis setiap orang memang berbeda- beda. Sebagian orang mungkin tumbuh dengan kepercayaan diri dan keberanian yang tinggi, sementara sebagian lain mungkin lahir dengan kecenderungan pribadi yang introvert. Kepribadian introvert bukanlah sebuah penyakit, melainkan kondisi psikologis di mana seorang orang lebih pendiam dan cenderung menutup dan menarik diri dari lingkungannya.

Biasanya orang introvert memiliki kesulitan dalam kehidupan bersosialisasi karena mereka tidak memiliki keberanian dan kepercayaan yang tinggi, selain itu orang introvert juga cenderung menjawab pertanyaan dengan singkat, enggan mengungkapkan isi hatinya dan cenderung lebih pendiam jika di dibandingkan dengan orang ekstrovert.

¹¹³ Bahrudin, *Psikologi Pendidikan Refleksi teoritis terhadap Fenomena*, (Yogyakarta: Ar- RuzzMedia,2007),hal.206-207

¹¹⁴ Muhammad Fadillah & Lili Mualifatu Kholida, *Pendidikan Karakter Anak Usia Dini*,(Jogjakarta:Ar-Ruzz Media,2013), hal.20

¹¹⁵ *Ibid.*, hal.21

¹¹⁶ Tuhana Tufiq Andrianto, *Mengembangkan Karakter Sukses Anak di Era Cyber*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media,2011), hal.21

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Pada diri orang ekstrovert terdapat banyak perbedaan yakni dengan cara bergaul maupun cara berkomunikasi dengan lingkungan, orang ekstrovert lebih terbuka dengan orang lain sehingga mudah bergaul. Tapi ada juga kekukangan dalam orang ekstrovert yakni sulit untuk menerima nasihat dari orang lain karena wataknya yang keras kepala. Terkadang banyak ditemui beberapa orang yang tertutup dan pendiam ada juga orang yang berlawanan yakni mudah bergaul dengan siapa saja dan mudah di ajak komunikasi

E. Introvert

Introvert dalam segi bahasa artinya bersifat tertutup.¹¹⁷ Sedangkan dalam pengertiannya introvert adalah suatu karakter pribadi yang bersifat individu, yang lebih pendiam, sedikit bicara dan lebih suka menjadi pendengar yang baik dalam suatu kelompok, menyendiri di rumah atau antisosial dan senang introspektif serta sibuk dengan kehidupan internal mereka sendiri.¹¹⁸

Introvert merupakan kepribadian manusia yang tertutup, sehingga mereka cenderung memilih untuk sendirian atau bertemu dengan sedikit orang. Orang dengan tipologi kepribadian introvert adalah orang yang mengarahkan orang ke dunia dalam. Orang Introvert lebih berpikir ke arah subjektif atau dirinya sendiri. Oleh karena itu rata-rata orang yang berkepribadian introvert kurang menikmati keramaian. Wajar jika orang yang interovert biasanya memilih berkarier dalam bidang yang tidak banyak bertemu dengan banyak orang seperti sekretaris, peneliti, akuntan.

¹¹⁷ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola: 1994). hal. 270

¹¹⁸ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UPT Universitas Muhammadiyah Malang, 2007) hal. 55

Komunikasi Antarpribadi

Biasanya para introvert hanya berbicara seperlunya, kalau memang ada informasi yang ingin dia sampaikan. Dan mereka hanya berbicara mengenai apa yang memang ingin mereka bicarakan. Pada kadar yang tinggi orang introvert jika ditanya akan diam terlebih dahulu memikirkan apa yang akan mereka ucapkan, setelah itu baru mereka berbicara.

Menurut Jung, dalam Jess Feist dan Gregory J. Feist, introvert adalah aliran energi psikis ke arah dalam yang memiliki orientasi subjektif.¹¹⁹ Orang-orang introvert adalah mereka yang terampil dalam melakukan perjalanan ke “dunia dalam”, yaitu diri mereka sendiri. Mereka selalu mencoba memahami diri mereka sendiri dengan melakukan banyak perenungan dan berkontemplasi. Pada akhirnya, mereka menjadi orang yang memahami dirinya, berpendirian keras, tidak mudah terpengaruh oleh orang lain, dan mengetahui apa yang menjadi tujuan dalam hidupnya. Introvert adalah orang yang lebih cenderung kepada menyendiri dan menyimpan perasaan.¹²⁰

Introvert adalah kepribadian manusia yang lebih berkaitan dengan dunia dalam pikiran manusia itu sendiri. Jadi manusia yang memiliki sifat introvert ini lebih cenderung menutup diri dari kehidupan luar. Orang introvert adalah orang yang lebih banyak berpikir dan lebih sedikit beraktivitas. Mereka juga orang-orang yang lebih senang berada dalam kesunyian atau kondisi yang tenang, dari pada di tempat yang terlalu banyak orang.

Menurut Jung orang dengan sikap introvert berdasarkan pemikiran yang dominan biasanya tidak memiliki emosi dan tidak ramah serta kurang bergaul. Hal ini terjadi karena mereka memiliki kecenderungan untuk memperhatikan nilai abstrak dibandingkan orang-orang dan lingkungan sekitar-

¹¹⁹ Jess Feist dan Gregory J. Feist, *Teori Kepribadian*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011). hal. 137.

¹²⁰ Zakiyah Darajat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2009), hal.95

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

nya. Mereka lebih mengejar dan memperhatikan pemikirannya tanpa mempedulikan apakah ide mereka di terima oleh orang lain atau tidak. Mereka biasanya keras kepala, sombong, dan berpendirian. Contoh orang dari kepribadian ini adalah Philosophers.¹²¹

Seorang yang memiliki kepribadian introvert ditandai dengan perilaku yang murung, pendiam, lebih menyukai pekerjaan yang bersifat teori, bijaksana, kurang dapat bergaul dalam melakukan hubungan sosial, hati-hati dalam bertindak atau melakukan sesuatu, dapat dipercaya, memiliki watak yang tenang, kalem dan sederhana namun juga cemas dan bersikap pesimis, dan memiliki sifat tenang karena dapat menguasai diri. Orang yang introvert terutama dipengaruhi oleh dunia subyektif, yaitu dunia di dalam dirinya sendiri. Orientasinya terutama tertuju ke dalam pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh faktor-faktor subyektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik; jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, kurang dapat menarik hati orang lain.¹²²

F. Ekstrovert

Ekstrovert memiliki kecenderungan untuk muncul seorang diri, dingin, dan sombong.¹²³ Orang ekstrovert terutama dipengaruhi oleh dunia obyektif, yaitu dunia luar dirinya. Orientasinya terutama tertuju keluar: pikiran, perasaan serta tindakan-tindakannya terutama di tentukan oleh lingkungannya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan non sosial.

¹²¹ Nur aini oktavia, *Simple ways to read people characteristic*, (Yogyakarta : Diva press 2013), hal. 34

¹²² Agus Sujanto, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta : Bumi aksara, 1997), hal 70

¹²³ Nur aini oktavia, *Simple ways to read people characteristic*, (Yogyakarta : Diva press 2013), hal. 34

Komunikasi Antarpribadi

Dia bersikap positif pada masyarakat: hatinya terbuka, mudah bergaul, hubungan dengan orang lain lancar.

Tipe kepribadian ekstrovert adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian lebih banyak ke luar daripada ke dalam diri sendiri. Seorang ekstravert mempunyai cirri bersifat sosial, lebih banyak berbuat daripada berkontemplasi (merenung,berpikir), dan seseorang dengan motif-motif yang dikondisikan oleh kejadian-kejadian eksternal.

Individu yang memiliki kepribadian ekstrovert ditandai dengan sikapnya yang agresif dan banyak bicara, ramah sehingga mudah bergaul dalam melakukan hubungan sosial, bersifat optimis, responsive dan mudah tergugah, tetapi selalu menuruti dorongan hati dan mudah berubah pikiran, bersemangat dan tidak banyak pikiran, menyukai kegiatan serta memiliki jiwa kepemimpinan.

G. Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert

Tipe kepribadian introvert dan ekstrovert terbagi menjadi empat fungsi yaitu pemikiran, perasaan, sensasi dan intuitif.

Pertama pemikiran introvert seperti rekannya yang ekstrovert, orang yang introvert juga sangat dipengaruhi ide-ide, walaupun ide orisinilnya bukan merupakan data yang objektif tetapi dalam fondasi subjektifnya. Dia akan mengikuti ide-idenya seperti ekstrovert, dalam dalam arah yang sebaliknya, ke dalam bukan ke luar.¹²⁴ Fondasi subjektif pemikirannya yang introversi ini merupakan ketidaksadaran kolektif. Ide-ide kreatif muncul dari sumber ini dan bukan dari sumber lain, seperti otoritas moral tradisional sebagai akibat pemusatan perhatian internal itu, pemikiran introversi tampak dingin, menjauhkan diri dan tidak mudah bergabung dengan orang lain.

¹²⁴ Nur aini oktavia, *Simple ways to read people characteristic*, (Yogjakarta : Diva press 2013), hal. 35

Bagian 7: Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Dia juga menjadi orang yang susah mengartikulasikan ide-idenya. Pemikiran ekstrovert untuk sepanjang hidupnya bergantung pada kesimpulan intelektual, yang hasil akhirnya selalu berorientasi pada objektif, jenis orang ini (hidup dengan suatu) formula intelektual. Dengan formula inilah baik dan jahat diukur dan cantik atau jelek ditentukan jika formulanya cukup lebar, tipe ini bisa berguna bagi kehidupan sosial tetapi formulanya lebih sempit, dia akan lebih berkembang menjadi penggerutu dan pengkritik yang merasa serba benar.

Kedua Perasaan introvert, mereka sangat pendiam, dan sangat sukar menegerti, seringkali mereka bersembunyi di balik sikap kekanak-kanakan, dan bertemperamen melan-kolis. Mereka tidak tampak cerah atau spontan. Perasaan ekstrovert orang ini hidup dalam situasi objektif dan nilai-nilai umum, dengan kata lain perasaan dan perilaku mereka dikontrol oleh norma-norma sosial yaitu sesuatu yang justru diinginkan orang lain. sebagai konsekuensinya perasaan mereka dapat berubah dari situasi satu ke situasi yang lain dan dari satu orang kelain orang. Dalam hal ini Wanita adalah contoh terbaik tipe ini. Sesorang wanita misalnya menentukan pertunangan karena orang tuanya menunjukkan calon suaminya. Perasaan cinta pada tunangannya didasarkan atas pertimbangan orang tuanya, jika orang tua menyukainya berarti baik, tetapi jika mereka tidak suka, dia akan menolak. Tipe orang seperti ini pemikirannya sangat terespresi.¹²⁵

Ketiga Sensasi introvert, menurut teori psikonalisis dari jung, orang ini cenderung tenggelam dalam sensasi fisik mereka dan untuk mencari hal yang tidak menarik dari dunia sebagai perbandingan.

¹²⁵ Paulus budiraharjo, *Mengenal Teori Kepribadian Mutakhir*, (Yogyakarta : kanisius, 1997), hal. 51

Komunikasi Antarpribadi

Biasanya mereka adalah orang-orang yang tenang, kalem, *self-controlled*, tetapi mereka juga membosankan dan kurang bisa berkomunikasi.¹²⁶ Sensasi ekstrovert orang dengan tipe ini biasanya adalah bisnismen, mereka biasanya realistis, praktis, dan pekerja keras. Mereka menikmati apa yang dapat mereka indrai dari dunia ini, menikmati cinta, dan mencari kegairahan. Mereka mudah di pengaruhi oleh peraturan dan mudah ketagihan pada berbagai hal.

Keempat Intuitif Introvert, orang dengan tipe ini memiliki intensitas intuitif yang tinggi. Akibatnya mereka terpisah dari realitas eksternal. Orang demikian sangat misterius di mata sahabatnya, karena sukar dipahami orang lain dan mereka tidak mampu berkomunikasi secara efektif. Adapula segi positifnya yakni mereka berpandangan luas dan mistis. Intuitif ekstrovert orang yang selalu mencari hal baru, mereka sangat baik dalam mempromosikan hal-hal yang baru. Mereka tidak dapat bertahan dengan satu ide, pekerjaan, maupun lingkungan karena sesuatu yang baru merupakan tujuan hidup mereka.

¹²⁶ Nur aini oktavia, *Simple ways to read people characteristic*, (Yogyakarta : Diva press 2013), hal. 35

The Show and Performance

Bagian 8

A. Presentasi

Setiap orang pada dasarnya mempunyai harapan-harapan akan perkembangan dirinya. Sehubungan dengan hal itu biasanya timbul pertanyaan pada diri sendiri tentang kemampuan berbicara di depan Umum . Kemampuan berbicara tersebut dapat memberi atau menanamkan pengetahuan, menerangkan atau menjelaskan suatu proses dan menafsirkan sesuatu dalam persetujuan. Sehingga dalam hubungan itu selalu melibatkan apa yang dinamakan kemampuan berbicara di depan Umum, terutama bagaimana menghadapi kemampuan berbicara di depan Umum .

Kadangkala seseorang bisa menjadi tidak mampu berbicara bila dalam dirinya tidak ada rasa keyakinan dan tidak ada harapan yang tinggi. Dapat diketahui berbicara di depan umum merupakan bagian dari komunikasi. Hanya saja, bagi orang-orang yang tidak berkecimpung dalam dunia pendidikan, organisasi, dan kegiatan lain yang berhubungan erat dengan publik, hal ini seolah menjadi hal yang tidak mungkin dilakukan.

Komunikasi Antarpribadi

Akan tetapi, pada dasarnya kemampuan mengungkapkan pikiran di depan banyak orang wajib dikuasai oleh:

1. Akademisi (guru, dosen, mahasiswa dan lain-lain)
2. Politikus
3. Pelaku bisnis, pengusaha dan karyawan (Salesmen, Marketing)
4. Pegawai di instansi (Humas dan Publik Relation/PR)
5. Tokoh masyarakat
6. Pembawa acara, MC, Host, Presenter dan Penyiar
7. PenPresentasi, Penbicara, Motivar, Coaching, Mentoring, Training, dan Consulting

Dale Carnegie punya penilaian tersendiri pada aktivitas komunikasi. Menurutnya, seseorang yang terpelajar dan seseorang yang kurang terpelajar sangat bisa dinilai tidak dari bicaranya. Bicara tidak saja menunjukkan identitas bangsa seseorang, tetapi juga sangat penting untuk mengukur karakter seseorang. Bicara memang bakat bawaan setiap orang, tetapi ketrampilan bicara dengan baik dan benar membutuhkan latihan tersendiri.¹²⁷

Terampil berbicara bukan hanya banyak bicara, bukan hanya fasih dan lancar. Terampil berbicara tidak hanya disimak dari validitas secara kuantitatif, tetapi juga harus dapat disimak melalui kadar kualitatifnya. Berbicara yang efektif seyogyanya menyenangkan, memiliki daya tarik, mengasyikkan, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar.¹²⁸

¹²⁷ Dale Carnegie, *Teknik dan Seni Berpidato* (Surabaya: Nur Cahaya, 1987), hal.22

¹²⁸Dayu Pratyahara, *Fearless Publik Speaking BerPresentasi dan Berpresentasi Tanpa Rasa Takut*, (Yogyakarta: New Diglossia, 2011), hal.5

Bagian 8: The Show and Performance

Kemampuan yang di alami seseorang adalah kurangnya kemampuan akan berbicara di depan orang banyak. Berbicara dalam mempresentasikan suatu pendapat, merupakan suatu tantangan tersendiri oleh seseorang manakala yang dihadapi sekarang ini. Dan hal tersebut menimbulkan kecacauan dalam berpikir sehingga menimbulkan kecemasan dan kegelisahan. Karena sesuatu dimasa presentasi masih banyak pelajaran yang belum dipahami. Dan yang pasti apakah kemampuannya dalam berbicara nanti dapat dipahami atau tidak.

Seperti dikemukakan oleh ir. Kriswanto Widiawan berbicara di depan publik (umum) merupakan suatu kemampuan yang tidak memiliki oleh setiap orang. Artinya tidak semua orang bisa tampil berbicara di depan publik dengan baik. Banyak di antara mereka yang justru ketika tampil di depan publik menjadi grogi, gugup, takut, cemas, berkeringat, gemetar dan lain-lain. Akibatnya, apa yang disampaikan pun tidak jelas, suara samar-samar dan presentasinya membosankan. Inilah yang ditakuti oleh banyak orang ketika akan berbicara di depan publik.¹²⁹

Presentasi merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan orang banyak. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik agar dapat menjalankan presentasi yang menarik dan menggugah semangat. Banyak presentasi yang terkesan ‘mati’ karena pembawaan presenter yang monoton dan bahkan membuat audiens mengantuk. Agar dapat menghindari hal tersebut, maka harus menguasai kemampuan 3 v (verbal, vocal, dan visual). Verbal memberi kontribusi 7%, vocal 38% dan visual 55%. Ketiga hal tersebut sangat menentukan keberhasilan komunikasi dalam presentasi.¹³⁰

¹²⁹ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal. 16-17

¹³⁰ Aqila Smart, *Presentasi Maha Dasyat*, (Jogjakarta: Mitra Pelajar, 2012), h. 118-119

Komunikasi Antarpribadi

Saat mahasiswa sedang mempresentasikan karyanya di depan kelas dengan baik, hal ini dikarenakan mahasiswa terhindar dari rasa pesimis dan rasa takut akan kegagalan. Berbeda dengan mahasiswa yang kurang memiliki sikap percaya diri, dirinya kurang adanya memotivasi diri dan kurangnya kemauan dalam menyelesaikan masalah. Masalah itu kalau tidak cepat diselesaikan akan mengakibatkan perasaan tidak nyaman atau merasa dirinya akan adanya kegagalan. Mahasiswa yang tidak memiliki optimis yang tinggi akan kehilangan rasa percaya dirinya, sehingga mudah gelisah dan perasaan tidak nyaman. Hal tersebut dapat menimbulkan ketidakmampuan berbicara di depan kelas.

Pada umumnya kemampuan berbicara di depan kelas tidak disebabkan oleh kemampuan individu, tetapi ditentukannya sering berlatih, banyaknya pengalaman dan praktik. Bukan berarti banyak omong, Pandai berbicara, melainkan mampu mengolah kata-kata sedemikian rupa, sehingga apa yang disampaikan dapat menguasai alam bawah sadar pendengar dan mampu mengubah pola pikir mereka.¹³¹

Dapat diketahui, banyak presentator yang dihindangi hilangnya kepercayaan diri ketika presentasi. Penyebabnya adalah ketakutan, takut ditolak audiens, takut blank dan takut tidak dapat menjawab pertanyaan audiens. Hal ini dicirikan dengan tangan dingin, keringat dingin, dan bicara menjadi belibet. Akibatnya, presentasi tidak hanya gagal, tetapi juga akan merasa malu kepada audiens karena buruknya penampilan di depan. Adapun cara seseorang berbicara pada dirinya sendiri adalah membentuk suatu gambaran dan gambaran yang ada dalam pikirannya menarik pikiran bawah sadarnya kearah gambar yang diciptakan seseorang untuk dirinya sendiri. Apabila seseorang membayangkan keberhasilan sebagai sesuatu yang pasti akan diperoleh dan berbicara secara efektif di hadapan orang banyak, orang itu

¹³¹ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal. 22

secara tidak sadar akan bergerak ke arah yang dibayangkan. Sehingga akan mencapai harapan yang diinginkan.

Lopez dan Snyder (2003) berpendapat suatu harapan yang ada pada individu bahwa segala sesuatu akan berjalan menuju kearah kebaikan. Perasaan harapan dalam konteks optimisme membawa individu pada tujuan yang diinginkan, yakni percaya pada diri sendiri dan kemampuan yang dimiliki. Sikap optimis menjadikan seseorang keluar dengan cepat dari permasalahan yang dihadapi karena adanya pemikiran dan perasaan memiliki kemampuan.¹³²

Menurut Thantawy R. dalam Kamus Istilah Bimbingan dan Konseling, percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis diri seseorang yang memberi keyakinan kuat pada dirinya untuk berbuat atau melakukan suatu tindakan. Orang yang tidak percaya diri memiliki konsep diri negatif dan kurang percaya pada kemampuannya, sehingga sering menutup diri. Dengan kata lain, orang yang tidak percaya diri hanya akan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, menumbuhkan kepercayaan diri adalah langkah mutlak yang harus dijalani seseorang untuk meraih kesuksesan.¹³³

Hal ini menunjukkan adanya pentingnya “harapan” di dalam diri setiap manusia. Karena kepercayaan diri sangat membantu dalam melakukan berbagai aktivitas, terutama bagi yang ingin tampil di depan publik. Perilaku yang pemalu, gugup, serta cemas berlebihan akan memberikan kesan buruk kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan audiens. Rasa tidak percaya diri yang dirasakan akan tercermin dari cara bersalaman, berbicara, menatap dan lain-lain. Jika melakukan presentasi, maka pihak audiens akan bosan dengan presentasi yang disampaikan, sehingga pesentasi dapat dikatakan gagal.

¹³² M. Nur Ghufroon, *Teori-Teori Psikologi*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hal. 96

¹³³ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal.92-93

Komunikasi Antarpribadi

Oleh karena itu, kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang untuk dapat menaklukkan rasa takut menghadapi berbagai situasi.

B. Teknik Penguasaan Pesan

Teknik adalah cara membuat sesuatu melakukan sesuatu yang berhubungan dengan kesenian.¹³⁴ Penguasaan adalah proses, cara, perbuatan menguasai atau menguasai, pemahaman atau kesanggupan untuk menggunakan pengetahuan, kepandaian. Kata penguasaan juga dapat diartikan kemampuan seseorang dalam sesuatu hal.¹³⁵ Penguasaan merupakan kemampuan seseorang yang dapat diwujudkan baik dari teori maupun praktik. Seseorang dapat dikatakan menguasai sesuatu apabila orang tersebut mengerti dan memahami materi atau konsep tersebut sehingga dapat menerapkannya pada situasi atau konsep baru. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penguasaan adalah kemampuan seseorang dalam memahami materi atau konsep yang dapat diwujudkan baik teori maupun praktik. Sedangkan pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk memengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.¹³⁶

Dalam hal ini adalah komunikator harus melakukan teknik persiapan untuk menguasai pesan tersebut. Adapun Dua persiapan yang pokok sebelum pelaksanaan Presentasi adalah persiapan mental untuk berdiri dan berbicara di muka khalayak dan persiapan yang menyangkut isi Presentasi.

¹³⁴ Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hal.161

¹³⁵ Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hal.604

¹³⁶ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta,1997), hal. 7

Jika persiapan mental masih kurang dan belum mantap sehingga pembicara dihinggapi rasa cemas (nervous), kurang percaya diri, maka hal ini akan berakibat kacaunya sikap dan kelancaran penyampaian isi Presentasi, begitupun jika persiapan isi Presentasi masih kurang maka Presentasi akan kacau jika hanya menyiapkan mental semata.

Suatu Presentasi haruslah didahului dengan persiapan-persiapan yang cukup. Hanya orang yang tidak bijaksana yang berpresentasi tanpa mengadakan persiapan. Makin pandai orang yang berpresentasi, semakin segan dan tidak mau berpresentasi tanpa persiapan. Jadi dapat disimpulkan bahwa Teknik Penguasaan Pesan adalah kemampuan seseorang dalam memahami materi atau konsep yang dilakukan saat berbicara baik melalui lisan maupun tulisan. Tujuan penguasaan pesan adalah seseorang (komunikator) dapat memudahkan dalam mentransfer pesan bicara pada komunikannya.

C. Teknik Penyampaian Pesan

Teknik Penyampaian Pesan adalah cara seorang komunikator untuk menerapkan sebuah metode dengan menggunakan bermacam-macam daya tarik untuk menentukan keberhasilan seorang komunikator dalam berpresentasi. Dari beberapa komunikator, mereka mempersembahkan berbagai daya tarik dan taktik untuk menjembatani sehingga tujuan presentasinya tercapai, hal tersebut dapat dipandang sebagai ciri khas tersendiri yang menjadi kekuatan dalam Presentasinya. Pelaksanaan Presentasi merupakan puncak dari seluruh perencanaan Presentasi. Pada tahap ini sebelum Presentasi benar-benar dilaksanakan maka sayognya pembicara mengadakan latihan oral atau Presentasi. Setelah Anda telah berusaha melatih diri menyusun pikiran, mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan Presentasi dan memformulasikannya dalam bahasa.

Komunikasi Antarpribadi

Sekarang semuanya harus disampaikan pada pendengar melalui suara, pandangan dan gerakan. Anda harus menggunakan mekanisme ini sebaik mungkin sehingga pesan Anda dapat dimengerti.

Herbert V Prochnow mengatakan, anda harus bersungguh-sungguh, sekuat tenaga dan pikiran berusaha maksimal untuk menentukan apa yang akan dikatakan, menyusunnya dengan urutan yang teratur dan logis, menyusun kalimat-kalimat dengan pilihan kata yang terbaik. Perhatikan persoalan-persoalan yang menyangkut mekanisme fisik untuk berbicara itu sendiri. Anda harus berani mengakui kelemahan, berani belajar dengan baik, menyajikan apa yang ingin Anda komunikasikan sebaik mungkin.¹³⁷

Dalam penyampaian Presentasi, banyak hal yang harus diperhatikan seorang komunikator di antaranya yaitu penyajian suara, tekanan, ekspresi, pandangan, gerakan saat berbicara. Selain itu, seorang komunikator harus lebih memperhatikan tentang bagaimana cara membuka dan menutup ceramah karena kedua hal tersebut adalah bagian yang sangat menentukan. Kalau pembukaan ceramah harus dapat mengantarkan pikiran dan menambahkan perhatian kepada pokok pembicaraan, maka penutupan harus memfokuskan pikiran dan gagasan pendengar kepada gagasan utamanya.

Dalam teknik penyampaian dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Teknik Pembukaan Presentasi

Pembukaan Presentasi adalah bagian penting dan menentukan. Kegagalan dalam membuka Presentasi akan menghancurkan seluruh komposisi dan presentasi Presentasi. Tujuan utama pembukaan Presentasi adalah membangkitkan perhatian, memperjelas latar belakang pembicaraan dan menciptakan kesan yang baik mengenai komunikator, “Perhatian akan menentukan tindakan, kata Wil-

¹³⁷ Herbert V Prochnow, *Penuntun Menuju Sukses BerPresentasi* (Bandung: Pioner, 1987), hal.103-108

liam James. Tetapi kesan pertama akan menentukan sikap. Karena itu seorang pembicara harus memulai pembicaraannya dengan penuh kesungguhan, sehingga ia kelihatan mantap, berwibawa, dan mampu.

Sebagai seorang pembicara mempersiapkan kata-kata pengantar dalam suatu Presentasi harus dengan baik dan hati-hati. Sebab kata pengantar dalam Presentasi adalah masalah yang sangat besar. Para pendengar memerlukan semangat segar dan bergaya dalam permulaan Presentasi. Dalam membuat kata pengantar hendaknya membuat dengan kata pengantar yang singkat, terdiri dari beberapa kalimat saja. Demikianlah cara yang paling baik sehingga Presentasi tersebut langsung memasuki inti persoalan, kiranya para pendengar tidak ada yang berkeberatan.

Herbert V Prochnow memberikan cara-cara membuka ceramah yang menggugah perhatian pendengar yaitu:

- a. Introduksi Pribadi (Pengenalan Diri)
- b. Perhatian
- c. Menyinggung Peristiwa Setempat
- d. Menyampaikan Topik Pembicaraan
- e. Menyampaikan Humor
- f. Menyampaikan Kalimat Filosofis.¹³⁸

Selain itu, dalam buku Retorika Modern karangan Jalaluddin Rakhmat juga menjelaskan beberapa cara membuka Presentasi di antaranya yaitu:

- a. Melukiskan latar belakang masalah
- b. Menghubungkan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khlayak

¹³⁸ Herbert V Prochnow, *Penuntun Menuju Sukses BerPresentasi* (Bandung: Pioner, 1987), hal.68-72

Komunikasi Antarpribadi

- c. Menghubungkan dengan suasana emosi (mood) yang tengah meliputi khalayak.
- d. Menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar
- e. Memberikan pujian pada khalayak atas prestasi mereka
- b. Memulai dengan pernyataan yang mengejutkan
- c. Mengajukan pertanyaan provokatif atau serentetan pertanyaan
- d. Menyatakan kutipan
- e. Menceritakan pengalaman pribadi
- f. Menghubungkan dengan peristiwa yang sedang dipe-ringati
- g. Mengisahkan cerita faktual, fiktif atau situasi hipotesis.¹³⁹

2. Teknik Penyampaian Presentasi

Ada sebagian orang memandang sebagai jenis percakapan yang diperluas (an enlarged conversation). karena itu, kita tidak perlu mempelajarinya, tetapi cukup dengan menguasai bahan yang dipergunakan. Ada sebagian lagi memandang presentasi merupakan peristiwa yang khas, yang memerlukan bakat dan keterampilan khas juga. Tidak semua orang dapat menyampaikan presentasi. Memang benar presentasi itu tidak berbeda dengan percakapan. Akan tetapi, seseorang yang menjadi lawan bicara yang baik belum tentu dapat berpresentasi dengan baik. Sering kali irama dan gerak tubuh yang muncul secara alamiah dalam percakapan justru hilang dalam berpresentasi. Begitu tampil di atas mimbar suaranya datar dan pandangannya kosong. Ia membeku seperti patung.

¹³⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, Cetakan III (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 1996), hal.53-58

Bagian 8: The Show and Performance

Memang benar juga bahwa presentasi merupakan peristiwa yang khas. Akan tetapi, kekhasan presentasi ialah semua orang akan dapat menyampaikan presentasi dengan baik.

Semua orang dapat menyampaikan presentasi dengan baik bila mereka mengetahui dan mempratekkan tiga prinsip penyampaian presentasi (di tempat lain kita menyebutnya tiga rukun presentasi atau trisila presentasi).

- a. Peliharalah visual dan kontak mental dengan khalayak.
- b. Gunakan lambang-lambang auditif atau usahakan suara Anda (olah vocal).
- c. Berbicaralah dengan seluruh kepribadian anda dengan wajah, tangan dan tubuh anda (olah visual).

Berikut ini penjelasan trisila presentasi:

a. Kontak mata

Presentasi merupakan komunikasi tatap muka yang bersifat dua arah. Walaupun pembicara lebih banyak mendominasi pembicaraan, tetapi ia harus mendengarkan pesan-pesan yang disampaikan para pendengarnya baik berupa kata-kata ataupun isyarat lainnya. (baik berupa kata-kata atau bukan kata-kata). Teknik pertama untuk menjalin hubungan adalah melihat langsung kepada khalayak, “Hadirin tidak akan memperhatikan pembicara yang tidak memperhatikan mereka.” inilah kontak Visual. Disamping kontak Visual, Anda juga melukukan kontak mental. Perhatikan “Feedback” umpan balik dari mereka dan sesuaikan pembicaraan anda dengannya. Anda melihat mereka mengantuk, masukan bahan-bahan yang menarik perhatian.

Komunikasi Antarpribadi

b. Olah Vokal

Mekanisme olah vokal mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan atau kalimat. Tetapi cara mengeluarkan suara memberikan makna tambahan atau bahkan membelokan makna kata. Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam olah vokal, yaitu:

d. Kejelasan (Intelligibility)

a. Fisiologis

- i. Artikulasi (Proses pembentukan dan pemisahan bunyi oleh mekanisme vocal/kejelasan pengucapan)
- ii. Kekerasan (bunyi)

b. Psikologis

- i. Pelapalan (cara mengucapkan setiap bunyi)
- ii. Dialek (ragam bahasa, tata bahasa)

c. Keragaman (Variety)

- d. Pitch (Tangga Nada). Jumlah gelombang yang dihasilkan sumber energy (rendah, sedang dan tinggi)
- e. Duration (Lama). Lamanya waktu yang diperlukan untuk mengucapkan satu suku kata.
- f. Rate (Kecepatan). Jumlah kata yang diucapkan dalam satu menit.
- g. Pauses (jeda). Menghentikan sejenak bunyi yang diucapkan.

e. Rhythm (Ritma)

Keteraturan dalam meletakkan tekanan pada bunyi, suku kata, tata kalimat atau paragraph (cepat, lambat dan irama suara). Tekanan pada satuan ungkapan yang kecil disebut stres atau aksen. Tekanan panjang (seperti paragraph) disebut tempo.

f. Olah Visual

Sebenarnya ketika berbicara dengan wajar, pada waktu bercakap-cakap. Kita menggunakan olah visual itu dengan sendirinya. Secara alamiah anak-anak belajar berbicara dengan tangan, wajah, dan seluruh tubuhnya. Tetapi ketika kita tampil dihadapan orang banyak, kita hanya dapat berbicara dengan kata-kata lisan saja. Jadi sebenarnya fungsi gerak fisik, muka, tangan dan gerak tubuh lainnya perlu digunakan untuk menyampaikan makna, menarik perhatian dan menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat. Juga dapat digunakan untuk menggambarkan ukuran atau bentuk sesuatu. Gerak fisik ini bisa juga disebut isyarat empatik (*Emphatic Gesture*). Selain gerak fisik dan suara, dalam penyampaian Presentasi juga harus memperhatikan elemen bisu yang vital seperti tampang, penampilan, pakaian, sikap badan gerak-gerik anda. Secara tidak langsung, elemen ini mengungkapkan rasa percaya diri, kepribadian, dan sejauh mana Anda menguasai subyek pembicaraan yang berlangsung.¹⁴⁰

D. Pendukung Keberhasilan dalam Presentasi

1. Bahasa

Bahasa dan kata-kata atau kalimat merupakan alat utama yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, sebab bahasa adalah lambang pengertian dari gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia.¹⁴¹ Karena itu, Gaya Bahasa yang digunakan harus jelas, memakai kalimat yang pendek-pendek dan mudah dipahami, memilih kata-kata dengan cermat, dan kejelasan pengungkapan serta ucapan harus ditekankan.

¹⁴⁰ Eugene Ehrlich dan Gene R Hawes, *Komunikasi Lisan Teknik Berbicara yang Membawa ke Jenjang Sukses*, Cetakan 5 (Semarang: Effhar Offset, 1993), hal. 42

¹⁴¹ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni BerPresentasi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), hal. 83

Komunikasi Antarpribadi

Sebaiknya gunakan bahasa yang umum digunakan dalam sehari-hari atau yang dimengerti audiens. Kecuali presentasi atau orasi ilmiah atau mengajar di kampus, hindari penggunaan bahasa teknis-ilmiah yang hanya bisa dimengerti kalangan akademis atau kalangan tertentu (*jargon*).

1. Volume Presentasi.

Volume presentasi harus sesuai dengan lingkungan yang sebenarnya, volume harus dibuat bervariasi untuk meningkatkan pengaruh yang kuat. Gunakan nada yang sesuai karena itu merupakan *mood* atau perasaan hati yang disampaikan dihadapan audiens.

2. Kecepatan penyampaian presentasi

Bahasa diucapkan dengan menggunakan getaran suara. Untuk itu, di samping irama maka teknik mengatur tempo (jarak) dan kekuatan (tekanan) pada setiap kata dan kalimat. Hindari berbicara terlalu cepat, salah satu caranya dengan menggunakan jeda secara tepat karena suara yang kita getarkan akan masuk/menyentuh indra telinga pendengar.

3. Memakai statistik

Membuka pidato dengan mengemukakan statistik. Tentu, data statistik ini harus berkaitan atau sesuai dengan topik pembicaraan.

4. Bertanya dengan Pertanyaan retoris

Mengemukakan pertanyaan retoris -tidak memerlukan jawaban audiens. Dalam buku "Words That Work" ahli strategi politik Frank Luntz mengatakan, sangat penting membantu audiens memvisualkan topik Anda dengan melukis sebuah gambar di benak hadirin. Pertanyaan retoris akan membuat audiens membayangkan sesuatu. Misalnya, mengajarkan audiens membayangkan aktivitas rutin mereka di akhir pekan.

5. Ask a “show of hands” question

Membuka pidato dengan mengajukan pertanyaan yang akan membuat hadirin mengacungkan atau tidak mengacungkan tangannya.

- a. "How many of you absolutely love public speaking?" [Only a few people raise their hands, provoking laughter]
- b. "How many of you actively volunteer for every chance you get to deliver a presentation?" [Again, almost nobody raises their hands.]
- c. "How many of you believe it would be good for your careers if you could go into a room and deliver a knock out presentation to top leadership, key clients, or major donors?" [Almost every hand goes up, demonstrating the disconnect between what they feel and what they do.]

6. Speak with your audience

Berbicara dengan hadirin. Pilih satu atau dua hadirin, ajukan pertanyaan atau ajak ngobrol. Dengan begitu Anda mulai menjalin hubungan yang baik dengan hadirin sekaligus memahami mereka (better understand the audience).

7. Menggunakan dan menghilangkan humor

Humor merupakan cara yang efektif untuk tetap mempertahankan audiens yaitu untuk menghibur sambil menyampaikan informasi dan membujuk. Humor membantu mengurangi ketegangan, membuat pesan yang keras menjadi enak dan menangkis kritikan. Menggunakan sedikit Humor pada pidato dengan mengemukakan cerita lucu, humor, atau anekdot. Mungkin cara ini paling efektif untuk transfer informasi kepada audiens. Humor bermanfaat dalam acara sosial, perkawinan, hari ulang tahun dan lain-lain. Tentu saja dalam menggunakan humor anda harus ingat, harus dapat menggunakan secara tepat.

Komunikasi Antarpribadi

Di kalangan para filsuf di kenal tiga teori humor yaitu:

- a. Teori Superioritas dan Degradasi (Kita tertawa bila menyaksikan sesuatu yang janggal atau kekeliruan)
- b. Teori Bisosiasai (Humor timbul karena kita menemukan hal-hal yang tidak di duga)
- c. Teori Pelepasan Inibisi (Kita menekan ke alam bawah sadar kita tentang pengalaman-pengalaman yang tidak enak atau keinginan yang tidak bisa kita wujudkan)

E. Teknik Penutupan Presentasi

Permulaan dan akhir presentasi adalah bagian-bagian yang paling menentukan. Kalau permulaan presentasi harus dapat mengantarkan pikiran dan menambatkan perhatian kepada pokok pembicaraan, maka penutup presentasi harus dapat memfokuskan pikiran dan perasaan khalayak pada gagasan utama atau kesimpulan penting dari seluruh isi presentasi. Seperti dalam dunia sandiwara: Bagaimana cara orang itu muncul dan meninggalkan pentas, akan memperlihatkan apakah ia itu actor atau aktris yang baik atau bukan. Karena itu, penutup presentasi harus dapat menjelaskan seluruh tujuan komposisi, memperkuat daya persuasive, mendorong pemikiran dan tindakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan teakhir yang positif.

Ucapan kata yang paling akhir akan selalu diingat dan sangat membekas pada para pendengar. Jadi, sangatlah jelas bahwa sebenarnya “Penutup atau kata akhir adalah bagian penting dalam suatu Presentasi. Oleh sebab itu, bagi mereka yang baru memulai dan belum dapat memahami hal ini, cara menutup Presentasinya akan jelek sekali, Adapun cara-cara menutup pidato yang mengesankan antara lain:

Bagian 8: The Show and Performance

- a. Menyimpulkan atau mengemukakan ikhtisar pembicaraan
- b. Menganjurkan bertindak (appeal for action)
- c. Kita puji dan kita sanjung pendengar-pendengar kita
- d. Kata penutup berupa syair-syair, kutipan-kutipan, kata-kata mutiara atau bijak yang cocok atau yang dapat membangunkan suatu klimaks.
- e. Menerangkan maksud sebenarnya pribadi pembicara
- f. Menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat dan kata yang berbeda
- g. Mengakhiri dengan klimaks
- h. Menceritakan contoh sebagai ilustrasi tema pembicaraan
- i. Membuat pernyataan yang humoris.

Daftar Pustaka

A. Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.

Arni, Muhammad. 2008. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Anwar, Gentasri. 2005. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta.

Anwar, Gentasri. 1995. *Retorika Praktis Teknik dan Seni BerPresentasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

A. Supratiknya, 2009. *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Kanisius.

Blake, Reed H. dan Edwin O. Haroldson. 2003. *Taksonomi konsep Komunikasi*. Terj. Hasan Bahanan Surabaya: Papyrus.

Bertens, K. 1991. *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).

Budiraharjo, Paulus. 1997. *Mengenal Teori Kepribadian Mutakhir*. Yogyakarta: Kanisius.

Bahrudin. 2007 *Psikologi Pendidikan Refleksi teoritis terhadap Fenomena*. Yogyakarta: Ar- Ruz Media.

Canggara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Carnegie, Dale.1987. *Teknik dan Seni Berpidato*. Surabaya: Nur Cahaya.

Djaali. 2011. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Askara.

Darajat, Zakiyah. 2009. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.

Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*.Yogyakarta: Andi.

Ehrlich, Eugene dan Gene R Hawes. 1993. *Komunikasi Lisan Teknik Berbicara yang Membawa ke Jenjang Sukses*. Semarang: Effhar Offset.

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.

Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2011. *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.

Fadillah, Muhammad dan Kholida, Lili Mualifatu. 2013. *Pendidikan Karakter Anak Usia Dini*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Ghufron, M. Nur. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Hanafi, Abdillah. 1984, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*. Surabaya: Usaha Nasional.

Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*.Yogyakarta: Graha Ilmu.

Komunikasi Antarpribadi

Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.

Hardjana, Agus M. 2007. *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*, Yogyakarta: Kanisus.

Hartono. 1992. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta.

Hendrikus, Dori Wuwur. 2009. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Haris, Abd. 2007. *Pengantar Etika Islam*. Sidoarjo: Al-Afkar.

Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Johnstone, Barbara. 2002. *Discourse Analisis*. Massachussets: Blacwell Publisher

Khayyirah. Balqis. 2013, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*. Yogyakarta: Diva Press.

Keraf, Gorys.1994 *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Erlangga.

Keraf, Gorys. 1989. *Komposisi*. Flores: Nusa Indah.

Krisna, Bayu. 2003. *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Berbicara*, Jakarta: Tangga Pustaka.

Mulyana, Deddy. 1996. *Komunikasi Jenaka*. Bandung: Remaja RosdaKarya.

Mulyana, Deddy. 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*. Bandung: Remaja RosdaKarya.

Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif*. Bandung: Remaja RosdaKarya.

Malik, Dedy Djamaluddin.1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remadja Rosdakarya.

Maharuddi, Itsna. 2011. *Seni Berpidato*. Yogyakarta: Immortal Publisher.

Maidar, Arsjad dan Mukti. 1988. *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Ngalimun. 2013. *Pembelajaran Keterampilan Berbahasa Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo

Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Nuraeni. 2002. *Pembelajaran Bahasa Indonesia SD dan Apresiasi Bahada dan Sastra Indonesia*, Yogyakarta: BPG.

Nurudin, 2005. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosda Karya.

Oktavia, Nur Aini. 2013. *Simple ways to read people characteristi.*, Yogyakarta: Diva press.

Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Rosdakarya.

Rafanany, Been. 2013. *30 Menit Jago Menjadi MC dan Pidato dalam bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Araska

Senjaya, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikas*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Suranto AW. 2010. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suranto A. W. 2005. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.

Sugono, Dendy dkk.2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.

Susanto, Phil A S.1997. *Komunikasi: dalam Praktek dan Teori*. Bandung: Bina Cipta.

Komunikasi Antarpribadi

Samovar, Larry A. dan Richard E. Porter.1991. *Communication Between Culture*. (Belmont, California: Wadsworth).

Sekardjati, Ayu. 2014. *Dia Jujur Nggak Sih?*. Yogyakarta: Pinang Merah Publisher.

Susan G. Buckley. 2008. *Buku Pintar Bahasa Tubuh*. Jakarta: Cerdas Pustaka.

Smart, Aqila. 2012. *Presentasi Maha Dasyat*. Jogjakarta: Mitra Pelajar.

Simons, W. Herbert. 1976. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. New York: Random House.

Sandell, R. G. 1977. *Linguistic Style and Persuasion*. London: Academic Press.

Sujanto, Agus. 1997. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Bumi aksara.

Susanto, Astrid. 1997. *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, Bandung: Bina Cipta.

Tarigan, Djago dkk. 2002. *Pendidikan Keterampilan Berbahasa*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Tarigan, Djagon.1988. *Berbicara*. Bandung: Angkasa.

Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.

Partanto, Pius A dan M. Dahlan Al Barry. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.

Pratyahara, Dayu. 2011. *Fearless Publik Speaking Berpidato dan Berpresentasi Tanpa Rasa Takut*.Yogyakarta: New Diglossia.

Pearson, Judy. 2003. *Human Communication*. New York: Mc Graw Hill Companies.

Purnama, Hendra. 2014. *Seni Bicara dan Bahasa Tubuh*. Yogyakarta: Mantra Books.

Prochnow, Herbert V. 1987. *Penuntun Menuju Sukses*

Berpresentasi. Bandung: Pioner.

Wiryanto. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Widjaja, W. A. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Askara.

Widjaja, H. A. W. 2002. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wassid, Iskandar dan Sunendar, Dadang. 2015. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

West, Richard. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal

A. Chaudhary, et al. *Intelligent Approaches to interact with Machines using Hand Gesture Recognition in Natural way: A Survey*, International Journal of Computer Science & Engineering Survey (IJCSSES), 2011.

M. Priyadharshni, et al., *Hand Gesture Recognition System Using Hybrid Technology For Hard Of Hearing Community*, International Journal of Engineering Mathematic & Computer Science, Desember 2013.

S. Kelly, et al. *Gesture Gives a Hand to Language and Learning: Perspectives from Cognitive Neuroscience, Developmental Psychology and Education*, Journal Compilation 2008 Blackwell Publishing Ltd, 2008.

S. Padalkar & J. Ramadas. *Designed and Spontaneous Gestures in Elementary Astronomy `Edocation*, This article is accepted for publication in the International Journal of Science Education, 2010.

Tentang Penulis



H. Khairul Anam, M.Kes 10 April 1964 Riwayat Pendidikan S.1 Sarjana Hukum S.2 Ilmu Kesehatan masyarakat Bidang Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku di Universitas Respati Indonesia, Jakarta. Sekarang bertugas sebagai Dosen di Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin pada Fakultas Kesehatan Masyarakat. Beliau juga mengajar sebagai dosen luar biasa di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.



Latifah Husien Thalib, M.Pd lahir tanggal 26 Januari 1994 di Martapura Kalimantan Selatan. Menyelesaikan bangku kuliah S.1 Jurusan Ilmu Pendidikan FKIP Universitas Achmad Yani Banjarmasin, S.2 Pendidikan Agama Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Bekerja sebagai Dosen tetap di AKBID Yapkesbi Banjarbaru (2019-2022) dan sekarang Dosen di STIKES Abdi Persada Banjarmasin serta Dosen Luar Biasa di beberapa perguruan tinggi seperti, UIN Antasari Banjarmasin dan Poltekkes Kemenkes Banjarmasin.

Hanura Aprilia, M.Kep dilahirkan di Puruk Cahu Kalimantan Tengah, 23 April 1985. Menyelesaikan Pendidikan S.1 Keperawatan dan Program Profesi Ners di STIKES Muhammadiyah Banjarmasin pada Tahun 2009, S.2 Keperawatan Gawat Darurat di Program STIKES Muhammadiyah Banjarmasin Tahun 2014. Bekerja sebagai dosen di Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Banjarmasin sejak tahun 2014 hingga sekarang.



Diah Retno Wulan, M.Kep dilahirkan di Muara Teweh 17 Maret 1989. Telah menyelesaikan studi S1 Keperawatan Ners di STIKES Muhammadiyah Banjarmasin pada tahun 2012, kemudian menyelesaikan program pas-casarjana keperawatan dengan kekhususan gawat darurat pada tahun 2017 di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin. Beliau aktif mengajar dimulai pada tahun 2017 hingga sekarang, dan sebagai dosen tetap di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan.



Sri Purwanti, M.Kes lahir tanggal 27 Desember 1982 di Kota Banjarmasin. menamatkan pendidikan di D-III Kebidanan Poltekkes Kemenkes Banjarmasin, D-IV Kebidanan di Universitas Karya Husada Semarang. S-2 Kesehatan Masyarakat di Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Bekerja sebagai Dosen Tetap di STIKES Abdi Persada Banjarmasin. Karier Penulis dimulai dari Tahun 2012 dengan mengajar beberapa mata kuliah di antaranya: Asuhan Kebidanan Kehamilan, Asuhan Kebidanan Neonatus Bayi & Balita, Kesehatan Masyarakat.



Komunikasi Antarpribadi



Isrowiyatun Daiyah, M.Keb. lahir di Kulon Progo, Jawa Tengah 10 Juni 1980. Menamatkan pendidikan S.1 Jurusan Bidan Pendidik pada Universitas Sumatera Utara (USU), S.2 Jurusan Kebidanan pada Universitas Padjadjaran Bandung. Beliau adalah dosen pada Kebidanan Politeknik Kesehatan Banjarmasin dengan mengampu matakuliah: Asuhan Persalinan dan BBL, Asuhan Nifas dan menyusui, Konsep Kebidanan, Asuhan Kebidanan Kehamilan dan Komunikasi Kesehatan.



Dewi Kartika Wulandari, M.Kep lahir di Muara Uya, Kabupaten Tabalong, Kalimantan Selatan, 23 April 1989. Pendidikan Dasar di SDN Tanjung 2 lulus tahun 2001, SMPN Tanjung 2 lulus tahun 2004, SMAN 2 Tanjung lulus tahun 2007. S.1 Keperawatan dan tahap Profesi di STIKES Muhammadiyah Banjarmasin lulus tahun 2012, S.2 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Banjarmasin lulus tahun 2017. Sekarang bertugas sebagai dosen Keperawatan pada Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.



Izma Daud, M.Kep dilahirkan di Palopo Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 16 Juni 1984. Menyelesaikan studi S.1 Keperawatan di STIKES Muhammadiyah Banjarmasin pada tahun 2007, kemudian melanjutkan program Profesi Ners Pada tahun 2008 di Kampus yang sama, S.2 Keperawatan pada tahun 2014 juga di STIKES Muhammadiyah Banjarmasin. Beliau aktif mengajar dimulai pada tahun 2014 hingga sekarang, dan sebagai dosen tetap di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.