

Secara Umum Komunikasi Verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata. Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi oleh komunikator terhadap komunikan dengan cara bentuk komunikasi tertulis (written) atau lisan (oral). Definisi lain terhadap komunikasi verbal adalah kegiatan percakapan atau penyampaian pesan (informasi) kepada orang lain, baik secara lisan dan tertulis.

Sementara itu, Komunikasi Nonverbal kebalikan dari komunikasi verbal yakni proses komunikasi dimana penyampaian informasi atau pesan tidak menggunakan komunikasi kata atau bisa disebut pengguna bahasa isyarat. Bentuk komunikasi nonverbal adalah mengambil tindakan seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dan sebagainya.

Komunikasi nonverbal dibutuhkan ketika bahasa verbal tidak lagi dapat membuktikan kepada seseorang. Dan kebanyakan dari pegawai perusahaan atau instansi misalnya yang kerjanya berhadapan dengan publik memilih untuk diam ketika mendapatkan complain maupun sedang konflik.

Melalui buku ini, para penulis berupaya menyajikan berbagai pandangan, teori, fakta dan data penelitian yang menggambarkan dinamika serta perubahan Komunikasi Verbal dan Nonverbal . Penulis meramu buku ini dengan menyeimbangkan sumber-sumber referensi yang ada, baik dari ranah akademisi maupun dunia praktis. Buku ini akan menambah wawasan pembacanya, baik dari kalangan mahasiswa, akademisi, maupun para pelaku komunikasi. Menjadi peringatan kita juga, jika dalam melakukan komunikasi verbal dan nonverbal, tidak selamanya apa yang kita katakan dan lakukan menimbulkan persepsi yang sama dengan komunikan.



BUKU AJAR

KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL

STRATEGI DALAM MENGHINDARI KONFLIK

- CUT ALMA NURAFILAH, S.Sos, MA
- MUHAMMAD LUTHFI, S.I.Kom, M.Si
- MUVA SYAROH IWANDA IBS, M.I.Kom

KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL, STRATEGI DALAM MENGHINDARI KONFLIK



Penyaji
ENAM MEDIA
Jl. Binjai KM. 5,5 No. 202A
Kel. Seiskambang C II - Medan Helvetia
E-mail : redaksi.enammedia@gmail.com
+62 852 6336 5603
enammedia.com



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S. W.T, sebagai rasa syukur dan terimakasih atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan buku ini yang berjudul “Komunikasi Verbal dan Nonverbal strategi dalam menghindari konflik” meskipun penulis yakin bahwa buku ini masih sangat jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap ini adalah buku pertama yang penulis terbitkan yang akan mengawali buku-buku lainnya yang Insya Allah akan lebih baik dan bermanfaat dari buku ini. Shalawat beriring salam tak lupa penulis limpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang selalu menjadi inspirator bagi kebaikan umat sepanjang zaman.

Buku ini adalah buku pertama yang penulis terbitkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan utama akan referensi di bidang ilmu komunikasi verbal dan nonverbal. Selama ini buku yang terkait dengan komunikasi Verbal dan Nonverbal tidak sebanyak buku-buku dari kajian komunikasi lain. Kalaulah ada buku terbaru tentang komunikasi Verbal dan Nonverbal tidaklah sebanyak buku-buku kajian komunikasi yang lebih populer, seperti komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya, atau komunikasi lainnya seperti komunikasi pariwisata, komunikasi kesehatan dan sebagainya. Padahal komunikasi Verbal dan Nonverbal ditambah strategi dalam menghindari konflik” merupakan komunikasi yang tidak pernah usai untuk dikaji dan didiskusikan karena sifat strategi dalam menghindari konflik adalah berkelanjutan.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih perlu penyempurnaan, oleh sebab itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk mencapai penyempurnaan tersebut. Mudah-mudahan buku ini berguna bagi kita semua, terutama bagi pengelola dan pelaksana organisasi pendidikan, Amin..

Medan, Oktober 2019

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN.....	
BAB II. KOMUNIKASI.....	
A. Pengertian Komunikasi	
B. Tujuan dan Fungsi Komunikasi	
C. Unsur Komunikasi	
D. Model Komunikasi.....	
BAB III. KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL.....	
A. Komunikasi Verbal	
B. Komunikasi Non Verbal	
C. Fungsi Komunikasi Verbal dan Non Verbal.....	
D. Jenis Komunikasi Verbal dan Non Verbal	
BAB IV. STRATEGI.....	
A. Pengertian Strategi	
B. Tingkat Strategi.....	
C. Jenis Strategi	
D. Segmentasi Strategi.....	
BAB V. KONFLIK.....	
A. Pengertian Konflik	
B. Faktor Penyebab Konflik dan Jenis Konflik	
C. Fungsi Konflik.....	
D. Dampak Konflik	
BAB VI. STRATEGI MENGHINDARI KONFLIK DENGAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL	
A. Memahami Hambatan Komunikasi.....	
B. Mengatasi Hambatan Komunikasi	
C. Menghindari Konflik dengan Komunikasi Verbal	
D. Menghindari Konflik dengan Komunikasi Non Verbal.....	

BAB I

PENDAHULUAN

Kebutuhan tenaga spesialis untuk menggerakkan program komunikasi makin banyak diperlukan. Kebutuhan ini tidak saja untuk menjalankan program kerja dan kehumasan dalam suatu lembaga pemerintahan maupun swasta, tetapi juga untuk suatu pencitraan akan sebuah nama baik maupun dalam penanganan suatu konflik yang terjadi antara individu dalam perusahaan maupun dengan masyarakat.

Pelayanan berbasis komunikasi dalam mengatasi sebuah konflik juga sangat diperlukan guna memberikan kedamaian bagi setiap individu, hal ini dikarenakan saat ini kita hidup dalam era pelayanan masyarakat. Oleh karenanya, pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Provinsi, Kabupaten, dan Kota) dalam setiap program kerjanya senantiasa berupaya dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, termasuk memberikan pelayanan komunikasi yang terbaik.

Kemampuan melakukan komunikasi yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat merupakan faktor penting yang tidak bisa disepelekan. Sebab bila tidak mampu merumuskan, mendesain, dan menyampaikan pesan tentang pelayanan dengan baik, maka akan timbul beberapa persoalan. Hal yang paling sederhana adalah adanya complain dari masyarakat. Komplain yang tidak terselesaikan dengan baik tentu akan menimbulkan masalah antara petugas di instansi yang bersangkutan dengan masyarakat yang melakukan komplain.

Konflik ini biasanya sering terjadi karena persoalan komunikasi atau yang masyarakat awam pahami sebagai “miss komunikasi”, ketidak

samaan persepsi menimbulkan adanya miss komunikasi. Untuk itu diperlukan sebuah strategi komunikasi yang efektif.

Permasalahan tidak efektifnya sebuah komunikasi kerap terjadi karena banyak hal, beberapa diantaranya : salah persepsi diantara pemberi dan penerima pesan, komunikasi yang tidak efektif (biasanya tanpa tatap muka), dan lain-lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi apabila kita menginginkan komunikasi berjalan dengan baik sebagaimana yang disampaikan Effendy (2011) adalah sebagai berikut :

a. komunikasi harus tepat waktu dan tepat sasaran.

Ketepatan waktu dalam menyampaikan komunikasi harus betul-betul diperhatikan, sebab apabila penyampaian komunikasi tersebut terlambat maka kemungkinan apa yang disampaikan tersebut tidak ada manfaatnya lagi.

b. komunikasi harus lengkap.

Selain komunikasi yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh penerima komunikasi, maka komunikasi tersebut harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi. Hal itu perlu ditekankan, sebab meskipun komunikasi mudah dimengerti tetapi apabila komunikasi tersebut kurang lengkap, maka hal itu menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi, sehingga pelaksanaannya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.

c. komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi.

Dalam menyampaikan suatu komunikasi, bilamana komunikasi yang harus disampaikan tersebut merupakan hal-hal yang penting yang perlu pengertian secara mendalam, maka faktor situasi dan kondisi yang tepat perlu diperhatikan.

d. komunikasi perlu menghindari kata-kata yang tidak enak.

Memilih sebuah kata dalam menyampaikan pesan merupakan keharusan. Meskipun terkadang sangat menyulitkan untuk mencari padanan kata yang sama dengan kata-kata yang kita maksudkan. Namun untuk menghindari kesan yang tidak baik dari pemilihan kata-

kata yang buruk, jalan yang terbaik adalah menghindari dari kata-kata yang kurang enak didengar.

e. adanya persuasi dalam komunikasi.

Mengenal secara dekat audien dapat dilakukan dengan cara persuasi. Ini sangat dibutuhkan dalam sebuah komunikasi. Sebagaimana kata pepatan yang menyatakan tak kenal maka tak sayang, begitulah yang dimaksudkan dengan persuasi dalam komunikasi. Persuasi dapat meningkatkan empati antara manusia yang berkomunikasi.

Penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi tersebut merupakan suatu gambaran yang perlu diperhatikan oleh setiap petugas di sebuah instansi pemerintahan, karena ketika komunikasi tidak terjalin dengan efektif baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal, maka bisa dipastikan petugas tersebut juga tidak mengetahui bagaimana cara mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan komunikasi dan sudah barang tentu petugas tersebut tidak dapat memberi solusi terhadap permasalahan yang terjadi dalam komunikasi.

BAB II

KOMUNIKASI

Sebagian besar dari kita tentu pernah mendengar dan mengucapkan kata "komunikasi", baik itu kalangan awam maupun para ahli. Masyarakat mengenal komunikasi dari beragam aktivitas sehari-hari, apalagi manusia sebagai makhluk sosial, bisa dipastikan tidak bisa lepas dari aktifitas komunikasi, baik dalam kelompok maupun antarpribadi. Sehingga komunikasi bukan lagi sekadar kegiatan, melainkan suatu kebutuhan.

Dikarenakan komunikasi menjadi sebuah kebutuhan hidup, maka semua orang pasti melakukan komunikasi setiap hari. Komunikasi yang dilakukan tersebut bisa dengan berbicara secara langsung atau melalui media tertentu, seperti melalui telepon, surat, atau media yang lainnya. Beberapa hal tersebut merupakan bentuk nyata dari komunikasi yang sering kita lakukan. Namun, bukan hanya itu, komunikasi juga dapat dilakukan tidak hanya secara langsung atau dengan media tertentu namun isyarat-isyarat tertentu, misalnya mengedipkan mata, mengangguk, menggeleng, dan yang lainnya juga merupakan bagian dari komunikasi.

Komunikasi merupakan suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak ke pihak yang lain. Namun, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi, berita, atau pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sehingga maksud atau pesan tersebut dapat dipahami. Kita memahami kedua pengertian tersebut sebagai pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud dan tujuan tertentu. Yang pasti, komunikasi merupakan bagian yang erat

yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia bisa saling bertukar informasi, berbagi dan bahkan mengembangkan diri.

A. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *Communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang artinya “membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih”. Menurut Wilbur Schramm, komunikasi berasal dari kata *communis* yang dalam bahasa Indonesia artinya “sama”. Jadi, jika kita berkomunikasi berarti kita mengadakan kesamaan. Dalam hal ini kesamaan pengertian satu makna yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain (Effendy, 2004).

Menurut professor Wilbur Schramm (Cangara, 2004) tanpa komunikasi tidak mungkin terbentuk suatu masyarakat. Sebaliknya tanpa masyarakat, manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. Berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung terhadap struktur keseimbangan seseorang dalam masyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer, pemerintah dan sebagainya.

Analisis pengertian komunikasi dan 5 (lima) unsur komunikasi menurut Harold Lasswell menyimpulkan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat atau hasil apa? (*who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*). (Mulyana, 2002). Berikut merupakan beberapa pengertian komunikasi menurut pendapat ahli lainnya :

- a. Carl I. Hovland, menurut pendapatnya komunikasi merupakan proses yang mungkin dilakukan oleh pembawa informasi dengan tujuan memberikan rangsangan kepada orang lain untuk mengubah perilakunya.

- b. Stewart L. Tubbs & Sylvia, menurut mereka komunikasi merupakan perpindahan informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.
- c. Aristoteles, menurut Aristoteles komunikasi adalah alat yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam proses demokrasi.
- d. Everett M. Rogers, menurutnya komunikasi adalah penyaluran ide atau maksud dari sumber satu ke sumber yang lain dengan tujuan mengubah tingkah laku penerima ide.
- e. Shannon & Weaver, komunikasi adalah interaksi yang saling mempengaruhi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik disengaja maupun tidak. Menurutnya komunikasi tidak terbatas pada bahasa verbal saja, namun juga pada ekspresi wajah, lukisan, teknologi, dan lainnya.
- f. James A. F. Stoner, komunikasi adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dengan tujuan memberikan pengertian kepada orang lain dengan memindahkan suatu pesan tertentu.
- g. Raymond S. Ross, komunikasi merupakan sebuah proses memilih, menyortir, atau memberi informasi kepada seseorang agar pendengar informasi tersebut memahami makna sesuai dengan yang dimaksudkan pemberi informasi.
- h. Djenamar SH, komunikasi merupakan seni untuk menyampaikan ide-ide atau informasi tertentu dari seseorang kepada orang lain.
- i. Prof. Dr. Alo Liliweri Komunikasi adalah pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.
- j. Anwar arifin Komunikasi merupakan suatu konsep yg multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yg secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Dari pengertian komunikasi diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa komponen komunikasi yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi tersebut adalah:

1. Pengirim atau komunikator (sender) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
2. Pesan (message) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (channel) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
4. Penerima atau komunike (receiver) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
5. Umpan balik (feedback) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
6. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan (Protokol).

B. Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (2003) komunikasi memiliki beberapa tujuan dan fungsi. Tujuan dari komunikasi diantaranya adalah :

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan Sosial (*social change*)

Sedangkan fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertaint*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Secara Umum Fungsi Komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan pikiran atau perasaan
- b. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan

- c. Mengajarkan atau memberitahukan sesuatu
- d. Mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan
- e. Mengenal diri sendiri
- f. Memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
- g. Mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang
- h. Mengisi waktu luang
- i. Menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan
- j. Membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan.

Fungsi Komunikasi juga dilihat dari beberapa aspek :

a. Komunikasi sosial

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

b. Komunikasi ekspresif

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

c. Komunikasi ritual

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

d. Komunikasi instrumental

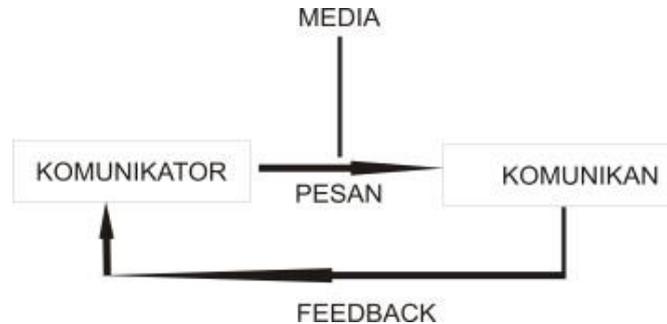
Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajak, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

C. Unsur Komunikasi

Setiap komunikasi yang terjadi terdapat unsurnya, yang mana setiap unsur tersebut membentuk proses komunikasi. Unsur komunikasi yang dimaksud meliputi sebagai berikut:

1. Komunikator : seseorang yang menyampaikan suatu pesan, atau dengan kata lain pembicara.
2. Komunikan : Seseorang yang menerima suatu pesan, dengan istilah lain pendengar.
3. Pesan : Informasi yang disampaikan dari pembicara kepada pendengar
4. Media : Suatu informasi yang disampaikan dari pembicara kepada pendengar.
5. Feedback : Umpan balik dari pendengar kepada pembicara.

Dari unsur-unsur tersebut akan membentuk suatu proses komunikasi, yang mana dijelaskan dengan gambar berikut ini:



Dari gambar tersebut menjelaskan bahwa suatu proses komunikasi dibentuk karena adanya seorang penyampai pesan (komunikator) menyampaikan informasinya kepada penerima pesan (komunikan) baik melalui media maupun tidak. Setelah informasi disampaikan, komunikan mengumpanbalikkan kepada komunikator berupa respon/tanggapan. Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
2. Pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.
3. Media (*channel*) alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.
4. Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
5. Komunikan (*receiver*) memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

D. Model Komunikasi

Untuk pokok pembahasan ini, kita hanya akan membahas beberapa atau sebagai kecil model-model komunikasi, khususnya model komunikasi yang populer. (Mulyana, 2007).

a. Model S- R

Model stimulus-respon (S-R), model ini adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Komunikasi dianggap sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Ketika saya tersenyum pada anda dan anda membalas senyuman saya, itulah model S-R.

Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakaj tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Model ini mengabaikan adanya faktor manusia seperti

sistem internal individu. singkatnya model ini menganggap bahwa komunikasi itu bersifat statis.

Manusia selalu karena adanya stimulus atau rangsangan dari luar, bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. Oleh karena itu, model ini kurang tepat kalau diterapkan pada proses komunikasi manusia.



b. Model Aristoteles

Aristoteles adalah filosof Yunani, tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi model Aristoteles adalah model yang paling klasik atau disebut juga model retorik. Oleh karena itu, model ini merupakan penggambaran dari komunikasi retorik, komunikasi publik atau pidato. Aristoteles adalah orang pertama yang merumuskan model komunikasi verbal pertama. Proses komunikasi terjadi ketika ada seorang pembicara berbicara kepada orang lain atau khalayak lain dalam rangka merubah sikap mereka. Aristoteles mengemukakan tiga unsur yang harus ada dalam proses komunikasi :

- a. Pembicara (speaker)
- b. Pesan (message)
- c. Pendengar (listener)

Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh: siapa Anda (*etos*-kepercayaan anda), apa argumen Anda (*Logos*-logika dalam pendapat Anda), dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*-emosi khalayak).

Salah satu kelemahan model ini adalah bahwa proses komunikasi dipandang sebagai suatu yang statis dan tidak memperdulikan saluran, umpan balik, efek, dan kendala-kendala. Disamping itu, model ini juga berfokus pada komunikasi yang disengaja (komunikator mempunyai keinginan secara sadar untuk merubah sikap orang lain).

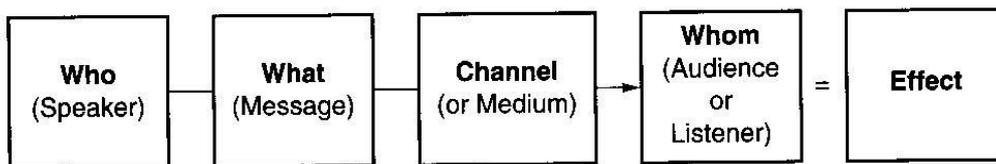


c. **Model Laswell**

Model ini merupakan sebuah pandangan umum tentang komunikasi yang dikembangkan dari batasan ilmu politik. “*Who say what in which channel to whom with what effect?*” Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu :

1. Pengawasan lingkungan,
2. Korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan.
3. Transmisi warisan sosial.

Model ini merupakan versi verbal dari model Shannon dan Weaver. Model ini melihat komunikasi sebagai transmisi pesan : Model ini mengungkapkan isu “efek” dan bukannya “makna”. Efek secara tak langsung menunjukkan adanya perubahan yang bisa diukur dan diamati pada penerima yang disebabkan unsur-unsur yang bisa diidentifikasi dalam prosesnya. Model ini lebih sesuai diterapkan pada kajian komunikasi massa.



Lasswell's Model.

d. **Model Shannon dan Weaver**

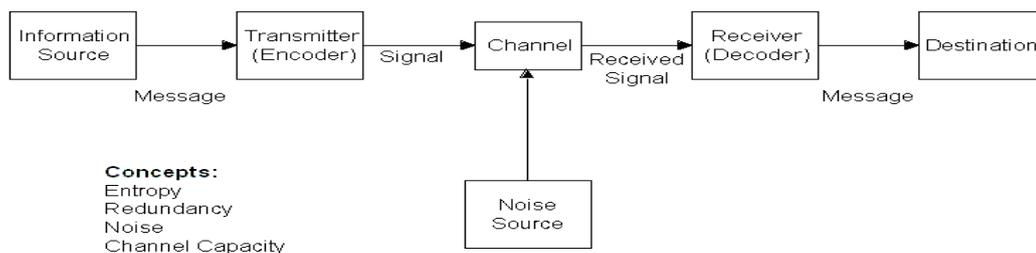
Menurut model Shannon dan Weaver, komunikasi terdiri dari lima elemen :

1. *Information Source* adalah yang memproduksi pesan.
2. *Transmitter* yang menyandikan pesan dalam bentuk sinyal.

3. *Channel* adalah saluran pesan.
4. *Receiver* adalah pihak yang menguraikan atau mengkonstruksikan pesan dari sinyal.
5. *Destination* adalah dimana pesan sampai.

Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Konsep-konsep lain yang merupakan andil Shannon dan Weaver adalah entropi dan redundansi. Model ini diterapkan pada konteks-konteks komunikasi lainnya seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi publik atau komunikasi massa. Sayangnya, model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi.

The Shannon-Weaver Mathematical Model, 1949



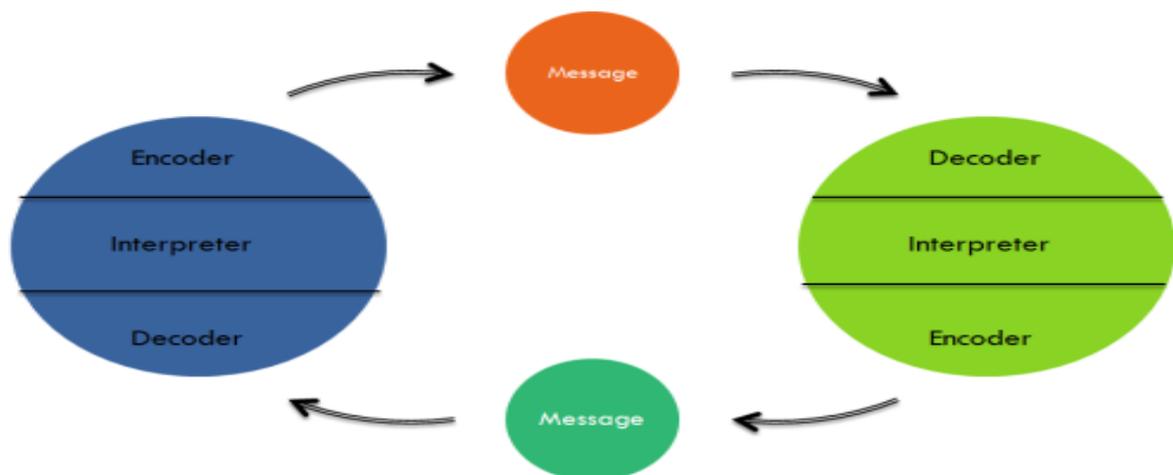
e. Model Schramm

Menurut Schram komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur :

- a. Sumber, bisa berupa seorang individual berbicara, menulis, menggambar, bergerak dan sebuah organisasi komunikasi (koran, rumah produksi, televisi).
- b. Pesan, dapat berupa tinta dalam kertas, gelombang suara dalam udara, lambaian tangan, atau sinyal-sinyal lain yang memiliki makna.
- c. Sasaran, dapat berupa individu yang mendengarkan, melihat, membaca, anggota dari sebuah kelompok, mahasiswa dalam perkuliahan, khalayak massa, pembaca surat kabar, penonton televisi, dll.

Schramm melihat komunikasi sebagai usaha yang bertujuan untuk menciptakan *commonness* antara komunikator dan komunikan. Hal ini karena komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya sama. Schramm juga mengenalkan konsep *field of experience*, yang menurut Schramm sangat berperan dalam menentukan apakah komunikasi diterima sebagaimana yang diinginkan oleh komunikan. Beliau menekankan bahwa tanpa adanya *field of experience* yang sama, hanya ada sedikit kesempatan bahwa suatu pesan akan diinterpretasikan dengan tepat.

Dalam hal ini, model Schramm adalah pengembangan dari model Shannon dan Weaver. Schramm mengatakan bahwa pentingnya *feedback* adalah suatu cara untuk mengatasi masalah *noise*. Pada model ini, Schramm percaya bahwa ketika komunikan memberikan umpan balik maka ia akan berada pada posisi komunikator (*source*).



f. **Model Newcomb**

Menurut Newcomb, bentuk situasi komunikasi paling sederhana digambarkan oleh situasi dimana Mr. A berbicara dengan Mr. B tentang sesuatu hal yang dilabeli X. Model ini juga dikenal sebagai teori keseimbangan.

A = Source

B = Receiver

X = Object/konsep

Ada enam situasi yang mungkin muncul dalam “AutoBrex situation” :

a) ini terjadi pada situasi dimana A dan B saling suka satu sama lain dan mereka memiliki sikap yang sama terhadap X.

+ +

+

Balance

b) Ini terjadi pada situasi komunikasi dimana A dan B saling suka satu sama lain tetapi mereka tidak sependapat tentang X.

+ -

+

Imbalance

c) Ini terjadi pada situasi komunikasi dimana A dan B saling suka satu sama lain dan mereka sama-sama tidak suka terhadap X.

- -

+

Balance

d) Ini terjadi pada situasi komunikasi dimana A dan B tidak memiliki *positive attitude* (tidak saling suka) tetapi mereka sama-sama menyukai X.

+ +

-

Imbalance

e) Ini terjadi pada situasi komunikasi dimana A dan B sama-sama memilik *negative attitude* dan mereka memiliki pandangan yang berbeda terhadap X.

+ -

-

Balance

f) Ini terjadi pada situasi komunikasi dimana A dan B sama-sama tidak suka satu sama lain tetapi mereka juga sama-sama tidak suka terhadap X.

—

–
Imbalance

g. **Model Wesley dan MacLean**

Model ini dipengaruhi oleh model Newcomb, selain juga oleh model Laswell dan model Shannon dan Weaver. Mereka menambahkan jumlah peristiwa, gagasan, objek, dan orang yang tidak terbatas, yang kesemuanya merupakan “objek orientasi”, menempatkan suatu pesan C diantara A dan B, dan menyediakan umpan balik. Dalam mode ini, terdapat lima unsur, yaitu : objek orientasi, pesan, sumber, penerima, dan umpan balik. Model ini juga mencakup beberapa konsep penting: umpan balik, perbedaan dan kemiripan komunikasi antar-pribadi dengan komunikasi massa, dan pemimpin pendapat yang penting sebagai unsur tambahan dalam komunikasi massa.

h. **Model Gerbner**

Model verbal Gerbner terdiri adalah sebagai berikut:

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

Model Gerbner menunjukkan bahwa seseorang mempersepsi suatu kejadian dan mengirimkan pesan kepada suatu *transmitter* yang gilirannya mengirimkan sinyal kepada penerima.

i. **Model Berlo**

Model ini hanya memperlihatkan komunikasi satu arah dan hanya terdiri dari empat komponen utama, yaitu sumber, saluran dan penerima. Akan tetapi pada masing-masing komponen tersebut ada sejumlah faktor kontrol.

Model komunikasi Berlo disamping menekankan ide bahwa *meaning are in the people*. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa interpretasi pesan terutama tergantung kepada arti dari kata atau pesan yang di tafsirkan oleh pengirim atau penerima pesan.

j. Model DeFleur

Model ini menggambarkan model komunikasi massa ketimbang komunikasi antarpribadi. Modelnya merupakan perluasan dari model-model yang dikemukakan para ahli lain, dengan memasukkan perangkat media massa dan perangkat umpan balik. Ia menggambarkan sumber, pemancar, penerima dan sasaran sebagai fase-fase terpisah dalam proses komunikasi massa

BAB III

KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL

Al-'Aththar (2012) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses *take and give* berbagai makna diantara dua orang. Proses menerima dan mengirimkan pesan ini disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Proses penyampaian informasi ini, menurut Edy Sutrisno (2011) dapat dilihat dari berbagai dimensi :

1). Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal merupakan suatu proses pertukaran pengertian yang menggunakan kata-kata. Sedangkan komunikasi Nonverbal merupakan proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, gerakan tubuh, dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang sering komunikasi verbal maupun nonverbal. Misalnya orang sedang marah, disamping mengeluarkan kata-kata keras atau memaki ia juga melotot dan tangannya memukul meja ataupun menuding-nuding muka orang yang ia marahi.

Setiap orang dapat menyatakan sesuatu dan di samping itu lebih menekankan apa yang dikatakan itu dengan suatu gerakan tangan, pdan dapat juga terjadi orang yang menyatakan sesuatu, tetapi nada suaranya mengingkari apa yang dikatakannya itu.

2). Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Pada komunikasi seperti itu, maka yang ditekankan adalah arus pesan. Pada komunikasi satu arah, pesan hanya mengalir dari pengirim pesan. Di lain pihak pada komunikasi dua arah pesan mengalir baik dari pengirim maupun penerima. Di sini secara bergantian pengirim pesan menjadi penerima dan sebaliknya, pada umumnya komunikasi dua arah menunjukkan hasil yang lebih baik daripada komunikasi satu arah.

Pada komunikasi dua arah terjadi diskusi antara pengirim pesan dan penerima pesan sehingga penerima pesan akan merasa puas karena ia merasa dilibatkan. Sebaliknya, pada komunikasi satu arah di samping penerima pesan merasa tidak puas, juga paling besar kemungkinan terjadinya kabar angin atau isu, distorsi pesan. Sebab besar kemungkinan penerima pesan menafsirkan atau mereka-reka pesan, di lain pihak pengirim pesan tidak dapat mengendalikan seberapa jauh pesan ditangkap secara benar oleh penerima pesan. Komunikasi satu arah pada umumnya :

- a. Lebih cepat dan efisien
- b. Tampak lebih rapi dan beraturan
- c. Kurang cermat
- d. Digunakan apabila komunikator ingin agar kesalahan-kesalahannya tidak diketahui.
- e. Apabila ia ingin melindungi kekuasaannya dengan cara menyalahkan penerima bahwa pesan tidak diterima.

Sedangkan komunikasi dua arah:

- a. Lebih lambat tetapi lebih cermat
- b. Penerima merasa lebih yakin akan dirinya.
- c. Tampak lebih kacau dan ramai, karena terjadi banyak interupsi, ungkapan perasaan, permintaan akan penjelasan, dan sebagainya.
- d. Komunikator merasa lebih rawan, lebih mudah dikecam karena penerima dapat melihat kesalahan dan kekhilafan yang terjadi.

A. Komunikasi Verbal

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikasi verbal adalah kegiatan komunikasi atau penyampaian pesan maupun informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain yang menggunakan kata-kata, baik tertulis (tulisan/symbol) maupun secara lisan/langsung (berbicara).

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik itu secara lisan maupun tulisan. (Raudhonah, 2007) Kata merupakan lambang terkecil dari bahasa yang mewakili sesuatu hal, baik itu orang, barang, kejadian, atau keadaan. (Hardjana, 2003) Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang. [Wood, 2009]

Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia, untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Unsur dalam Komunikasi Verbal Unsur penting dalam komunikasi verbal, dapat berupa kata dan bahasa. [Cangara, 2007]

Komunikasi verbal melalui lisan bisa disampaikan secara langsung (tatap muka) maupun dengan menggunakan media (melalui telepon/handphone/video call), meski ada beberapa kekurangan dalam komunikasi lisan ini karena kadangkadang dilaksanakan secara lamban dan lambat, adanya dominasi atasan atau seseorang atau orang lain, dan kadangkadang dilaksanakan satu arah (Widjaja, 2000), sedangkan komunikasi verbal yang melalui tulisan dilakukan secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan, dengan menggunakan kata-kata yang dikirimkan melalui berbagai media seperti surat, sms, chat, telegram, dan lain sebagainya.

Dalam berkomunikasi secara verbal, antara komunikator dengan komunikan harus memiliki bahasa dan pemahaman yang sama, agar terjadi saling pengertian. Bahasa sendiri merupakan sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal,

lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. [Hardjana, 2003]

Bahasa memiliki tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Fungsi itu digunakan untuk mempelajari dunia sekitarnya, membina hubungan yang baik antar sesama dan menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia. Ada tiga teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki kemampuan berbahasa, diantaranya:

a. *Operant Conditioning Theory* yang dikembangkan oleh seorang ahli psikologi behavioristik yang bernama B. F. Skinner (1957).

Teori ini menekankan adanya unsur rangsangan (stimulus) serta tanggapan (respon) atau lebih dikenal dengan istilah S-R. Teori ini menyatakan jika satu organism dirangsang oleh stimuli dari luar, orang cenderung akan memberi reaksi. Anak-anak mengetahui bahasa karena ia diajar oleh orang tuanya atau meniru apa yang diucapkan oleh orang lain

b. *Cognitive Theory* yang dikembangkan oleh Noam Chomsky, yang menyatakan bahwa kemampuan berbahasa yang ada pada manusia adalah pembawaan biologis yang dibawa dari lahir.

c. *Mediating Theory* atau teori penengah, yang dikembangkan oleh Charles Osgood. Teori ini menyatakan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuannya berbahasa, tidak saja bereaksi terhadap rangsangan (stimuli) yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya.[Hardjana, 2003]

Bahasa juga memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Pengalihan (*displacement*).

Bahasa memiliki karakteristik yang namanya pengalihan, dimana kita dapat berbicara mengenai hal-hal yang jauh dari kita, baik dari segi tempat maupun waktu, berbicara tentang masa lalu atau masa depan, berbicara tentang hal-hal yang tidak pernah kita lihat seperti kuda terbang, makhluk planet lain.

b. Pelenyapan.

Suara saat kita bicara bisa hilang atau lenyap dengan cepat. Suara harus diterima dengan segera setelah itu dikirimkan atau kita tidak akan pernah menerimanya.

c. Kebebasan makna.

Isyarat bahasa memiliki kebebasan makna. Suatu kata memiliki arti atau makna yang mereka gambarkan karena kitalah yang secara bebas yang menentukan arti atau maknanya. Transmisi budaya. Bahasa dipancarkan secara budaya. Seorang anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga berbahasa Inggris akan menguasai bahasa Inggris

Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan "dimiliki bersama", karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti. Kalimat dalam bahasa Indonesia Yang berbunyi "Di mana saya dapat menukar uang?" akan disusun dengan tata bahasa bahasa yang lain sebagai berikut:

Dalam bahasa Inggris kalimat "Dimana dapat saya menukar beberapa uang?" (*Where can I change some money?*). Dalam bahasa Perancis "Di mana dapat saya menukar dari itu uang?" (*Ou puis-je change de l'argent?*). dalam bahasa Jerman: "Di mana dapat saya sesuatu uang menukar?" (*Wo kann ich etwasGeld wechseln?*). dalam bahasa Spanyol, "Di mana dapat menukar uang?" (*Donde puedo cambiar dinero?*)

Secara umum, tata bahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

Menurut Larry L. Barker (Mulyana, 2005), bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (naming atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

- a. Mengetahui dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
- b. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
- c. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenai diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

Meskipun demikian, bahasa juga memiliki beberapa keterbatasan:

- a. Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek.

Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dsb.

b. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.

Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula. Kata *berat*, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam*. Misalnya: tubuh orang itu *berat*; kepala saya *berat*; ujian itu *berat*; dosen itu memberikan sanksi yang *berat* kepada mahasiswa yang nyontek.

c. Kata-kata mengandung bias budaya.

Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Kadangkala, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda mengalami kesalahpahaman saat mereka memakai kata yang sama. Misalnya kata *awak* pada suku Minang adalah **saya** atau **kita**, sedangkan dalam suku Melayu (Palembang) berarti **kamu**. Sebagaimana makna kata komunikasi dalam bahasa Latin (*communis*) yang artinya "sama", maka komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki "makna yang sama". Makna yang sama akan terbentuk bila orang-orang yang berkomunikasi memiliki pengalaman yang sama (*isomorfisme*). *Isomorfisme* yakni kesamaan makna

karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif. *Isomorfisme* terjadi bila komunikator dan komunikan berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; namun memang tidak selamanya orang yang berkomunikasi memiliki seluruh kesamaan, yang berarti tidak ada *isomorfisme* total, yang ada hanya memaksimalkan jumlah pengalaman yang sama.

d. Percampur adukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Contoh: apa yang ada dalam pikiran kita ketika melihat seorang pria dewasa sedang membelah kayu pada hari kerja pukul 10.00 pagi? Kebanyakan dari kita akan menyebut orang itu sedang *bekerja*. Akan tetapi, jawaban sesungguhnya bergantung pada: Pertama, apa yang dimaksud *bekerja*? Kedua, apa pekerjaan tetap orang itu untuk mencari nafkah? Bila yang dimaksud *bekerja* adalah melakukan pekerjaan tetap untuk mencari nafkah, maka orang itu memang sedang bekerja. Akan tetapi, bila pekerjaan tetap orang itu adalah sebagai dosen, yang pekerjaannya adalah membaca, berbicara, menulis, maka membelah kayu bakar dapat kita anggap bersantai baginya, sebagai selingan di antara jam-jam kerjanya.

Dari penjelasan tentang bahasa dapat disimpulkan bahwa bahasa juga dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Sebagaimana Deddy Mulyana, (2005) mengatakan bahwa bahasa juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Maka bisa dipastikan bahwa komunikasi verbal juga tidak selalu

menggunakan kata-kata dalam bentuk bahasa, namun terkadang juga menggunakan simbol sebagai pengganti kata-kata.

Dari penjelasan tentang komunikasi verbal maka terdapat tiga prinsip komunikasi verbal, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Interpretasi menciptakan makna
- b. Komunikasi adalah aturan yang dipandu
- c. Penekanan mempengaruhi makna (Nurudin, 2016)

B. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi secara verbal memang telah menjadi kebutuhan dan kegiatan hidup manusia, namun sebuah studi yang dilakukan Albert Mehrabian (1971) menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7% berasal dari bahasa verbal, 38% dari vocal suara, dan 55% dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya sehingga orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal dibandingkan verbal.

Selain fakta tersebut ternyata dari komunikasi yang kita lakukan, komunikasi verbal hanya memiliki porsi 35% sedangkan sisanya 65% adalah komunikasi nonverbal. Hal ini bisa dipahami karena, bahasa yang umum digunakan dalam komunikasi verbal memiliki lebih banyak keterbatasan dibandingkan dengan komunikasi nonverbal. Keterbatasan tersebut dipengaruhi oleh faktor integritas, faktor budaya, faktor pengetahuan, faktor kepribadian, faktor biologis dan faktor pengalaman.

Pesan-pesan nonverbal sangat berpengaruh terhadap komunikasi verbal. Meskipun pesan non verbal mendukung dari pesan verbal, terkadang pesan atau simbol-simbol nonverbal sangat sulit untuk ditafsirkan dari pada simbol verbal. Bahasa verbal sealar dengan bahasa nonverbal, contoh ketika kita mengatakan “ya” pasti kepala kita mengangguk. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan.

Komunikasi verbal dan nonverbal sesungguhnya bersifat saling melengkapi satu sama lain. Meskipun beda cara maupun bentuk tetap saja tujuan utama dari komunikasi verbal dan nonverbal itu sama yaitu bertujuan untuk menyampaikan pesan untuk mendapatkan respon, timbal balik maupun efek.

Komunikasi nonverbal lebih kepada melukiskan peristiwa komunikasi yang terjadi di luar kata-kata yang terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat atau bahasa diam (Arni, 2007) Maka, semua isyarat yang bukan kata-kata dikatakan komunikasi non verbal.

Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

- a. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
- b. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:
 - a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk;
 - b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan;
 - c. Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi;

- d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.
- c. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
- d. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
- a. Immediacy, ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif;
 - b. Power, mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah;
 - c. Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.
- e. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
- f. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.
- g. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
- h. Pesan sentuhan dan bau-bauan.
- Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan.

Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan – menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

Mark L. Knapp (Jalaludin, 1994) menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:

1. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.
2. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepele katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
3. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda 'memuji' prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata "Hebat, kau memang hebat."
4. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.
5. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

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

- a. Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatamuka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang

lainpun lebih banya 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.

- b. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.
- c. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
- d. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memeperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.
- e. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abtraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.
- f. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

C. Fungsi Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Dalam melakukan kegiatan komunikasi sebenarnya ada beberapa prinsip komunikasi verbal yang harus dipahami : 1) Keterbatasan bahasa 2) Kerumitan makna 3) Nama sebagai symbol 4) Bahasa gaul 5) Bahasa wanita & pria 6) Komunikasi konteks tinggi dan rendah. (Devito, 2016) Larry L. Barker (Mulyana) menyebutkan adanya 3 fungsi komunikasi verbal yang di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Penamaan (naming/labeling)

Penamaan merupakan fungsi bahasa yang mendasar. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam berkomunikasi.

2. Interaksi

Fungsi interaksi menunjuk pada berbagi gagasan dan emosi yang dapat mengundang simpati dan pengertian ataupun kemarahan dan kebingungan. Fungsi interaktif ini sebenarnya sama halnya dengan fungsi komunikasi lainnya. Yang mana fungsinya sebagai penyampai informasi dan pesan yang menimbulkan interaktif. Baik itu secara individu maupun kelompok

3. Transmisi Informasi

Yang dimaksud dengan fungsi transmisi informasi adalah bahwa bahasa merupakan media untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Bahasa merupakan media transmisi informasi yang bersifat lintas waktu, artinya melalui bahasa dapat disampaikan informasi yang menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, sehingga memungkinkan adanya kesinambungan budaya dan tradisi.

4. Pengatur Pesan

Komunikasi verbal menggunakan bahasa yang keluar dalam proses komunikasi. Bahasa inilah yang fungsinya sebagai media komunikasi. Sedangkan untuk komunikasi verbal sendiri merupakan pengatur pesan verbal yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan untuk menjadi bahasa yang dapat dipahami oleh komunikan baik secara tulis maupun lisan. Karena, bahasa sendiri merupakan susunan kata, fonem, hingga kalimat yang telah dirangkai hingga membentuk suatu pesan yang terstruktur. Dengan adanya komunikasi verbal inilah, bahasa menjadi rangkaian pesan yang terstruktur dan dapat dipahami karena mengandung nilai dan arti dalam pesan verbal tersebut.

5 Artikulasi

Komunikasi verbal juga mengandung pesan verbal yang dapat mengartikulasikan alias memberikan gambaran dalam bentuk deskripsi dalam suatu bahasa yang dikemas dalam pesan verbal. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa bahasa dapat mengartikulasikan apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh manusia sebagai komunikator kepada komunikan. Di sinilah fungsi komunikasi verbal sebagai artikulasi pesan verbal.

6. Membina Hubungan

Dengan adanya pesan dalam komunikasi verbal atau bisa disebut sebagai pesan verbal kepada komunikan, maka dapat terbangun hubungan yang erat dalam bermasyarakat alias dalam bersosial. Manusia adalah makhluk sosial, maka manusia harus saling berinteraksi dan berkomunikasi untuk menjalin hubungan yang baik dengan sesama manusia. Maka, fungsi komunikasi verbal sebagai pembina hubungan antar manusia adalah fungsi yang sangat diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat dan bersosialita.

7. Jendela Dunia

Tanpa kita sadari, dengan adanya komunikasi verbal yang berbentuk tulisan dalam pesan verbal, kita dapat membaca semua informasi yang ada di seluruh dunia. Maka dari itu, kita dapat mengartikan bahwa komunikasi verbal dapat membuka cakrawala jendela dunia yang mana bisa menambah khasanah dan wawasan di seluruh dunia dari berbagai ilmu pengetahuan. Di sinilah fungsi komunikasi verbal dalam bentuk tulisan yang bisa dimanfaatkan sebagai kecerdasan manusia.

8. Ikatan Kehidupan

Manusia memiliki dua hal yang pasti di dunia ini, yaitu kelahiran dan kematian. Hal ini dapat kita ketahui dari beberapa tulisan dan

informasi verbal yang kita terima baik dari ceramah agama, hingga kita-kitab agama. Maka dari itu, dengan adanya komunikasi verbal yang mengandung pesan verbal yang dapat dipahami oleh manusia, maka manusia dapat memahami apa yang seharusnya dilakukan di dunia ini.

9. Sederhana

Pesan verbal dalam komunikasi adalah pesan yang jelas, padat, dan sederhana. Karena, pesan verbal yang disampaikan kepada komunikator ini umumnya bersifat sederhana, pendek, dan langsung. Hukumnya, semakin sedikit kata-kata yang digunakan, maka semakin sedikit pula kemungkinan adanya kerancuan atau ambiguitas dalam suatu pesan verbal. Nah, kejelasan suatu pesan verbal ini dapat dipahami semakin jelas jika diucapkan atau disampaikan secara lambat, detail, dan jelas. Maka dari itu, perlu adanya komunikasi verbal yang dapat memberikan kejelasan dalam suatu pesan pada proses komunikasi.

10. Pembendaharaan Kata

Fungsi komunikasi verbal berikutnya adalah sebagai penambah pembendaharaan kata-kata yang kita terima. Penggunaan kata-kata yang mudah dipahami oleh komunikan. Proses komunikasi tidak akan bisa dikatakan berjalan, jika si komunikator tidak bisa menyampaikan secara jelas dan terperinci. Maka dari itu, perlu adanya komunikasi verbal dalam menyampaikan suatu pesan kepada komunikan agar si penerima pesan dapat menerima pesan dengan jelas dan mudah dipahami oleh komunikan apa maksud pesan dari komunikator tersebut.

11. Konotatif dan Denotatif

Konotatif merupakan pikiran, ide, dan perasaan yang dalam suatu kata yang diucapkan, sedangkan denotatif adalah pengertian secara jelas alias kata-kata yang sebenarnya. Dalam komunikasi verbal yang menyampaikan pesan verbal ini dapat memberikan kejelasan dan pengertian pada beberapa pesan yang masih mengandung makna konotatif. Adapun kalimat denotatif yang masih tidak dipahami oleh

komunikasikan, namun hal ini masih bisa dijelaskan oleh pesan verbal dalam proses komunikasi.

12. Intonasi

Setiap manusia memiliki kemampuan berbahasa yang berbeda-beda. Seperti yang diungkapkan Chomsky dalam teorinya, bahwa setiap orang dalam mengembangkan bahasanya dapat dipengaruhi oleh lingkungan juga perkembangan kondisi fisiknya. Ada orang yang mampu berbahasa dengan baik dan benar ada juga yang tidak bisa berbahasa dengan tidak baik dan benar. Hal ini contohnya seperti seorang yang memiliki cacat fisik pada bibirnya yang sumbing, tentu saja tidak bisa berbahasa atau menyampaikan pesan dengan intonasi yang tepat. Padahal, seorang komunikator harus mampu memberikan pengaruh pada makna pesan. Nada suara ketika berbicara dapat memberikan pengaruh besar pada makna pesan yang dikirimkan ke komunikan. Seperti halnya seorang yang sedang emosi, maka akan memberikan intonasi nada yang tinggi dalam berkomunikasi. Di sinilah fungsi komunikasi verbal yang dapat menjelaskan maksud dari pesan tersebut, jika terdapat kesalahan pada intonasi suara. Sehingga tidak terjadi *miss communication* alias kesalahpahaman dalam proses berkomunikasi.

13. Tempo Berbicara

Keberhasilan berkomunikasi juga dapat dipengaruhi oleh tempo kecepatan dalam berbicara. Dengan menggunakan tempo kecepatan berbicara dengan tepat, maka dapat dikatakan bahwa proses komunikasi berjalan dengan baik dan benar. Potongan pembicaraan yang lama dan pengalihan topik dengan cepat pada suatu pokok pembicaraan lain akan memberikan kesan yang berbeda dan tersembunyi oleh komunikan. Di sini, fungsi komunikasi verbal dapat memberikan kejelasan dalam pembicaraan dengan tempo yang mungkin menimbulkan kesalahpahaman.

14. Humor

Tawa dapat memberikan suasana cari dalam proses berkomunikasi. Maka dari itu, kita perlu adanya selera humor yang tinggi dalam bermasyarakat. Salah satu contohnya adalah ketika proses komunikasi yang mungkin kita bisa menyisipkan beberapa candaan, agar suasana komunikasi tidak terjadi terlalu tegang. Komunikasi verbal dapat memudahkan seorang komunikator untuk menyampaikan dan menyisipkan candaan dalam komunikasinya. Sehingga dapat mencairkan suasana dalam proses berkomunikasi.

15. Ilmu Pengetahuan

Seperti yang dikatakan sebelumnya, bahwa komunikasi verbal dalam bentuk tulisan maupun lisan dapat membuka cakrawala dan jendela dunia sehingga menambah wawasan kita dalam ilmu pengetahuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi verbal ini juga dapat menambahkan suatu ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi.

Komunikasi verbal ini dapat dijadikan sebagai objek suatu penelitian ketika melakukan penelitian seperti jurnal, karya ilmiah, skripsi, dan lain sebagainya. Umumnya, yang menggunakan kajian komunikasi verbal ini adalah orang bahasa dan orang komunikasi.

Sebagaimana komunikasi verbal memiliki banyak fungsi, begitu juga dengan komunikasi non verbal. Mark L. Knapp menyampaikan pendapatnya tentang beberapa fungsi komunikasi non verbal:

1. Repetisi

Informasi atau pesan yang masih belum bisa dipahami secara detail saat disampaikan secara verbal, di sinilah fungsi komunikasi non verbal berperan. Komunikasi non verbal berfungsi sebagai repetisi yang mana bisa mengulang kembali pesan yang disampaikan secara verbal. Seorang komunikator dapat memberikan isyarat dengan bahasa tubuh atau dengan simbol lain untuk memberikan informasi ulang yang sekiranya belum dipahami oleh si komunikan atau penerima pesan. Sehingga

informasi tersebut dapat sampai ke komunikan dan benar-benar bisa dipahami oleh komunikan.

Selain itu, tanpa kita sadari bahwa di dalam komunikasi non verbal, kita mengulangi apa yang disampaikan atau suatu perilaku verbal. Hal tersebut, merupakan suatu tindakan yang tanpa kita sadari alias di bawaha pikiran sadar kita. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa komunikasi non verbal ini bisa terjadi begitu saja tanpa kita sadari. Seperti halnya saat kita berkata 'Ya', secara tidak sadar kepala juga ikut dianggukkan. Begitu juga ketika berkata "Tidak", maka secara tidak sadar juga menggelengkan kepala.

2. Substitusi

Sama halnya seperti fungsi repetisi, bahwa komunikasi non verbal ini juga dapat memperjelas suatu informasi yang belum bisa dipahami oleh komunikan. Pada fungsi ini, komunikasi non verbal berfungsi sebagai penjelas dengan cara menggantikannya dengan bahasa isyarat atau simbol-simbol lainnya. Artinya, komunikasi non verbal dapat menggantikan lambang-lambang dari informasi verbal yang belum bisa dipahami oleh komunikan.

3. Kontradiksi

Komunikasi non verbal juga memiliki fungsi kontradiksi yang mana pesan dalam komunikasi non verbal dapat memberikan perlawanan atau kebalikan dari komunikasi verbal. Sehingga bisa jadi bahwa informasi non verbal ini bisa menggantikan makna dengan makna lainnya dari informasi verbal.

4. Komplemen

Komplemen merupakan salah satu fungsi komunikasi non verbal yang tugasnya sebagai pelengkap makna dari informasi verbal. Biasanya,

komunikator dalam memberikan informasi verbal mengalami kekurangan atau ada saja hal yang kurang dalam pesan tersebut. Di sinilah tugas komunikasi non verbal yang fungsinya dapat melengkapi makna dari pesan verbal yang disampaikan tadi.

5. Asentuasi

Komunikasi non verbal memiliki fungsi aksentuasi dalam proses komunikasi. Fungsi ini memiliki tugas sebagai penegas pesan verbal yang disampaikan kepada komunikan. Atau bisa diibaratkan juga suatu hal yang digarisbawahi dalam suatu pesan verbal. Karena, ketika komunikator menyampaikan pesan, biasa kurang bisa menyampaikan menegaskan titik utama dari pesan itu sendiri. Sehingga memerlukan komunikasi non verbal untuk menegaskan apa yang menjadi titik utama dalam pesan tersebut.

6. Sugesti

Tanpa kita sadari bahwa pesan yang disampaikan dengan menggunakan komunikasi non verbal dapat memberikan pengaruh yang dalam bahkan hingga dalam pikiran bawah sadar kita. Fungsi lain dari komunikasi non verbal adalah dapat memberikan sugesti atau sesuatu yang bisa masuk ke dalam bawah sadar pikiran.

7. Efektif

Fungsi lain dari komunikasi non verbal ini dapat meningkatkan kemampuan komunikasi kita baik pada sisi komunikator maupun sisi komunikan. Hal ini dapat memberikan kita tambahan kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif. Semakin efektif suatu komunikasi berjalan, maka semakin mudah pula untuk dipahami dan diingat. Dengan begitu, komunikasi non verbal ini berperan penting dalam suatu proses komunikasi, walaupun sebatas menggunakan bahasa isyarat.

8. Pesan Potensial

Ada pesan yang memiliki nilai tinggi /pesan yang sangat penting namun tidak bisa digambarkan secara tulis maupun lisan.

Sehingga menggunakan bahasa isyarat atau simbol sebagai pengganti proses komunikasi. Dengan begitu, proses komunikasi pun tetap dapat berjalan.

9. Tingkat Kepercayaan

Albert Mahrabian berpendapat bahwa komunikasi non verbal memiliki fungsi sebagai peningkat kepercayaan antara komunikator dengan komunikan si penerima pesan. Dengan adanya bahasa isyarat yang disampaikan maka perlu adanya kesepakatan antara komunikator dengan komunikan. Maka, dapat dikatakan bahwa di dalam komunikasi non verbal ini adanya hubungan yang dekat antara komunikator dengan komunikan.

10. Pelengkap Perilaku Verbal

Seperti halnya dengan fungsi di atas, bahwa komunikasi non verbal ini mengulang apa yang disampaikan oleh pesan verbal secara lisan. Pada fungsi selanjutnya ini, komunikasi non verbal dapat memperteguh, menegakkan, melengkapi dan menguatkan apa yang disampaikan dalam komunikasi verbal. Seperti ketika kita mengatakan “Nggak tahu”, biasanya secara tidak sadar kita akan melambaikan tangan atau mengangkan kedua pundak kita.

12. Menggantikan Verbal

Dalam komunikasi verbal baik secara lisan ataupun tulisan, umumnya ada kesulitannya dalam menyampaikannya. Karena hal tersebut hanya bisa disimbolkan atau disampaikan dengan menggunakan bahasa isyarat atau simbol saja. Maka dari itu, diperlukannya komunikasi non verbal sebagai pelengkap atau pengganti pesan yang tidak bisa disampaikan dalam komunikasi verbal. Seperti halnya dengan melambaikan tangan saja tanpa perlu bicara, mengangguk, menggeleng dan lain sebagainya. Dengan begitu, komunikasi non verbal ini bisa menggantikan komunikasi verbal.

13. Regulasi Perilaku Verbal

Bahwa komunikasi non verbal ini dapat melibatkan tubuh dan isyarat yang bisa meregulasi perilaku atau pesan verbal. Contohnya seperti ini. Anda adalah seorang panitia lomba pidato, ada peserta yang terus berbicara sampai melewati batasnya, nah, Anda bisa menghentikannya cukup dengan menggunakan lima jari atau isyarat lain yang menunjukkan waktu habis. Tentunya dengan kesepakatan awal yang sudah dilakukan sebelumnya.

D. Jenis Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal dibedakan dalam dua jenis, yakni berbicara dan menulis dan mendengarkan dan membaca. Berbicara adalah komunikasi verbal vokal, sedangkan menulis adalah komunikasi verbal non vokal. Selain itu, mendengar dan mendengarkan. Mendengar dan mendengarkan merupakan dua hal yang berbeda. Mendengar mengandung arti hanya mengambil getaran bunyi, sedangkan mendengarkan adalah mengambil makna dari apa yang didengar. Mendengarkan melibatkan unsur mendengar, memperhatikan, memahami dan mengingat. Sedangkan membaca adalah satu cara untuk mendapatkan informasi dari sesuatu yang ditulis.

Komunikasi nonverbal dibedakan dalam beberapa jenis yaitu (Wood, 2007)

1. Sentuhan (haptic)

Sentuhan merupakan pesan nonverbal nonvisual dan nonvokal. Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan berbagai emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan.

2. Komunikasi Objek

Apa yang terlihat secara visual mampu merupab persepsi seseorang akan sesuatu. Contoh penggunaan komunikasi objek yang paling sering adalah pakaian. Orang sering dinilai dari jenis pakaian yang

digunakannya, walaupun ini termasuk bentuk penilaian terhadap seseorang hanya berdasarkan persepsi.

3. Kronemik.

Kronemik merupakan bagaimana komunikasi nonverbal yang dilakukan ketika menggunakan waktu, yang berkaitan dengan peranan budaya dalam konteks tertentu. Contohnya Mahasiswa menghargai waktu. Ada kalanya kita mampu menilai bagaimana mahasiswi/mahasiswa yang memanfaatkan dan mengaplikasikan waktunya secara tepat dan efektif.

4. Gerakan Tubuh (Kinestetik)

Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frasa. Beberapa bentuk dari kinestetik yaitu:

- a) Emblem, yaitu gerakan tubuh yang secara langsung dapat diterjemahkan kedalam pesan verbal tertentu. Biasanya berfungsi untuk menggantikan sesuatu. Misalnya , mengangguk sebagai tanda setuju; telunjuk di depan mulut tanda jangan berisik.
- b) Ilustrator, yaitu gerakan tubuh yang menyertai pesan verbal untuk menggambarkan pesan sekaligus melengkapi serta memperkuat pesan. Biasanya dilakukan secara sengaja. Misalnya, memberi tanda dengan tangan ketika mengatakan seseorang gemuk/kurus.
- c) Affect displays, yaitu gerakan tubuh khususnya wajah yang memperlihatkan perasaan dan emosi. Seperti misalnya sedih dan gembira, lemah dan kuat, semangat dan kelelahan, marah dan takut. Terkadang diungkapkan dengan sadar atau tanpa sadar. Dapat mendukung atau berlawanan dengan pesan verbal.
- d) Regulator, yaitu gerakan nonverbal yang digunakan untuk mengatur , memantau, memelihara atau mengendalikan

pembicaraan orang lain. Regulator terikat dengan kultur dan tidak bersifat universal. Misalnya, ketika kita mendengar orang berbicara, kita menganggukkan kepala, mengkerutkan bibir, dan fokus mata.

- e) Adaptor, yaitu gerakan tubuh yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan fisik dan mengendalikan emosi. Dilakukan bila seseorang sedang sendirian dan tanpa disengaja. Misalnya, menggigit bibir, memainkan pensil ditangan, garukgaruk kepala saat sedang cemas dan bingung.

Selain gerakan tubuh, ada juga gerakan mata (gaze) dalam komunikasi nonverbal. Gaze adalah penggunaan mata dalam proses komunikasi untuk memberi informasi kepada pihak lain dan menerima informasi pihak lain. Fungsi gaze diantaranya mencari unpan balik antara pembicara dan pendengar, menginformasikan pihak lain untuk berbicara, mengisyaratkan sifat hubungan (hubungan positif bila pandangan terfokus dan penuh perhatian. Hubungan negatif bila terjadi penghindaran kontak mata), dan berfungsi pengindraan. Misalnya saat bertemu pasangan yang bertengkar, pandangan mata kita alihkan untuk menjaga privasi mereka.

5. Proxemik

Proxemik adalah bahasa ruang, yaitu jarak yang digunakan ketika berkomunikasi dengan orang lain, termasuk juga tempat atau lokasi posisi berada. Pengaturan jarak menentukan seberapa dekat tingkat keakraban seseorang dengan orang lain. Jarak mampu mengartikan suatu hubungan. Richard West dan Lynn H. Turner pada *Introducing Communication theory* (2007) membagi zona proksemik pada berbagai macam pembagian, yaitu :

- a. Jarak intim, jaraknya dari 0 – 45 cm. (Fase dekat 0-15 cm, Fase Jauh 15-45 cm), jarak ini dianggap terlalu dekat sehingga tidak dilakukan di depan umum

b. Jarak personal, jaraknya 45-120 cm . (Fase dekat 45 -75 cm yang bisa disentuh dengan uluran tangan; Fase jauh 75 - 120 cm yang bisa disentuh dengan dua uluran tangan. Jarak ini menentukan batas kendali fisik atas orang lain, yg bisa dilihat rambut, pakaian, gigi, muka. Bila ruang pribadi ini diganggu, kita sering merasa tidak nyaman. c. Jarak sosial, jaraknya 120 – 360 cm d. Jarak publik, lebih dari 360-750 cm

6. Lingkungan Lingkungan juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Diantaranya adalah penggunaan ruang, jarak, temperatur, penerangan, dan warna.

6. Vokalik

Vokalik atau paralanguage adalah unsur nonverbal dalam sebuah ucapan, yaitu cara berbicara. Misalnya adalah nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan lain-lain. Fungsi Komunikasi Nonverbal Mark Knapp (1978) menyebut bahwa kode nonverbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk :

1. Repeating (Repetisi) , yaitu mengulang kembali pesan yang disampaikan secara verbal. Contohnya mengangguk kepala ketika mengatakan 'Iya' dan menggelengkan kepala ketika mengatakan 'Tidak'.

2. Substituting (Substitusi) , yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Contohnya menggoyangkan tangan anda dengan telapak tangan menghadap depan sebagai pengganti kata 'Tidak' saat pedagang menghampiri anda. kita tidak perlu secara verbal menyatakan kata "menang", namun cukup hanya mengacungkan dua jari kita membentuk huruf 'V' (victory) yang bermakna kemenangan. Menyatakan rasa haru tidak dengan kata-kata, melainkan dengan mata yang berlinang-linang.

3. Contradicting (Kontradiksi) , yaitu menolak pesan verbal atau memberikan makna lain terhadap pesan verbal. Contohnya seorang suami mengatakan 'Bagus' ketika dimintai komentar istrinya mengenai

baju yang baru dibelinya sambil matanya terus terpaku pada koran yang sedang dibacanya.

4. Complementing (Komplemen) , yaitu melengkapi dan memperkaya pesan maupun makna nonverbal. Contohnya melambaikan tangan saat mengatakan selamat jalan.

5. Accenting (Aksentuasi)

Aksentuasi yaitu menegaskan pesan verbal atau mengaris bawahinya. Contohnya Mahasiswa membereskan buku-bukunya atau melihat jam tangan ketika jam kuliah berakhir atau akan berakhir, sehingga dosen sadar diri dan akhirnya menutup kuliahnya. Dalam perkembangannya, fungsi komunikasi nonverbal dipandang sebagai pesan-pesan yang holistik, lebih dari pada sebagai sebuah fungsi pemrosesan informasi yang sederhana.

Fungsi-fungsi holistik mencakup identifikasi, pembentukan dan manajemen kesan, muslihat, emosi dan struktur percakapan. komunikasi nonverbal terutama berfungsi mengendalikan (controlling), dalam arti kita berusaha supaya orang lain dapat melakukan apa yang kita perintahkan. Hickson dan Stacks menegaskan bahwa fungsi-fungsi holistik tersebut dapat diturunkan dalam 8 fungsi, yaitu pengendalian terhadap percakapan, kontrol terhadap perilaku orang lain, ketertarikan atau kesenangan, penolakan atau ketidaksenangan, peragaan informasi kognitif, peragaan informasi afektif, penipuan diri (*self-deception*) dan muslihat terhadap orang lain.

Komunikasi nonverbal digunakan untuk memastikan bahwa makna yang sebenarnya dari pesan-pesan verbal dapat dimengerti atau bahkan tidak dapat dipahami. Keduanya, komunikasi verbal dan nonverbal, kurang dapat beroperasi secara terpisah, maka satu sama lain saling membutuhkan guna mencapai komunikasi yang efektif. [Atih, 2015] oleh sebab itu komunikasi nonverbal merupakan hal penting dalam komunikasi karena apa yang di lakukan jauh lebih mempunyai makna dari apa yang di katakan. (Budyatna, 2011)

BAB IV

STRATEGI

A. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik dalam dua suku kata, yang pertama “*stratos*” yang artinya tentara, dan kata lainnya adalah “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh sebelum mereka mengerjakannya”.

Karl Von Clausewitz (1780-1831) seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu

seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Marthin – Anderson (1968) juga merumuskan “strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan inteligensia/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga dari dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika.

Strategi juga merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. Strategi sering dikaitkan dengan Visi dan Misi, walaupun strategi biasanya lebih terkait dengan jangka pendek dan jangka panjang.

Banyak pendapat ahli berbicara mengenai strategi, hal ini dapat dilihat dari strategi menurut beberapa ahli :

- a. Glueck dan Jauch (1989), Strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa

tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

- b. Argyris dalam Rangkuty (2001), Strategi merupakan respon secara terus-menerus dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
- c. David (2004), Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture.
- d. Glueck dan Jauch (1989), Strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.
- e. Pearce & Robinson, Strategi adalah 'rencana main' suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan serta dengan maksud dan tujuan apa.
- f. A. Halim, Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi mencapai suatu tujuannya sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan dan sumber daya.
- g. Menurut Morrissey, Strategi merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh suatu perusahaan supaya dapat tercapai segala misi.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang

tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Roger (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanangan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Selain itu, pengertian strategi juga dapat digolongkan secara umum dan khusus. Pengertian secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sementara strategi secara khusus merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang

diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya
3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. (Hariadi, 2005).

B. Tingkat Strategi

Merujuk pada pandangan Dan Schendel dan Charles Hofer, Higgins (1985) menjelaskan adanya empat tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut *Master Strategy*, yaitu: *enterprise strategy*, *corporate strategy*, *business strategy* dan *functional strategy*.

a. *Enterprise Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

b. *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut Grand Strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofit. Apakah misi universitas yang utama? Apakah misi yayasan ini, yayasan itu, apakah misi lembaga ini, lembaga itu? Apakah misi utamadirektorat jenderal ini, direktorat jenderal itu? Apakah misi badan ini, badan itu? Begitu seterusnya. Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan itu sangat penting dan kalau keliru dijawab bisa fatal. Misalnya, kalau jawaban terhadap misi universitas ialah terjun ke dalam dunia bisnis agar menjadi kaya maka akibatnya bisa menjadi buruk, baik terhadap anak didiknya, terhadap pemerintah, maupun terhadap bangsa dan negaranya. Bagaimana

misi itu dijalankan juga penting. Ini memerlukan keputusan-keputusan strategik dan perencanaan strategik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.

c. Business Strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

d. Functional Strategy

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yaitu:

1. Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
2. Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, implementating, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.
3. Strategi isu, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah (J. Salusu, 1996). Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata,

tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi (J. Salusu, 1996).

C. Jenis Strategi

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Juga, organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan / atau pesaing.

2. Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3. Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4. Strategi Defensif

Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (*turn around*) atau re-organisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.

Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akusisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

5. Strategi Umum

Michael Porter Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada

konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen. (David, 2004)

Selain itu, jenis-jenis strategi (Anshori, 2014) juga dapat dilihat dari lima bagian, yaitu :

1. Berdasarkan ruang lingkup, strategi ini merupakan strategi utama induk. Strategi ini dapat dirumuskan lebih sempit seperti strategi program, dan ini dapat dirancang sebagai sub strategi.
2. Berdasarkan tingkat organisasi, misalnya di dalam sebuah perusahaan yang terdiri atas sejumlah divisi yang sekurang-kurangnya dua tingkat, yaitu strategi kantor pusat dan strategi divisi.
3. Berdasarkan sumber material dan bukan material, kebanyakan strategi berkenaan dengan sumber yang bersifat fisik. Namun, strategi dapat mengenai penggunaan tenaga kerja manager, tenaga ilmunan, dan lain sebagainya. Strategi dapat juga berkenaan dengan gaya manajemen, gaya berfikir, atau falsafah, tentang hal-hal yang merupakan sikap suatu instansi terhadap tanggung jawab sosial.
4. Berdasarkan tujuan atau fungsi, misalnya pertumbuhan adalah sarana utama dari kebanyakan perusahaan dan terdapat banyak strategi yang dapat dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.
5. Strategi pribadi pimpinan, bersifat mendasar, biasanya tidak tertulis, dan merupakan kerangka untuk mengembangkan strategi instansi.

D. Segmentasi Strategi

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan / lembaga / instansi/ organisasi karena bertujuan untuk mencapai

sebuah tujuan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swasta (1982) dimana strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Misal dalam sebuah usaha kecil, dalam menjalankan usahanya juga diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasaran. Dari beberapa pengalaman membuktikan bahwa saat kondisi sedang mengalami kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Stephanie K. Marrus, Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai sedangkan menurut Chandler (1962) Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Kenneth R. Andrews, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

BAB V

KONFLIK

A. Pengertian Konflik

Konflik berasal dari kata kerja Latin yaitu *configure* yang berarti saling memukul. Secara sosiologis, konflik diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih (bisa juga kelompok) dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkannya atau membuatnya tidak berdaya.

Setiap hubungan antarpribadi mengandung unsur-unsur konflik, pertentangan pendapat atau perbedaan kepentingan. Konflik adalah situasi dimana tindakan salah satu pihak berakibat menghalangi, menghambat, atau mengganggu tindakan pihak lain. Selain itu, konflik juga merupakan suatu proses interaksi yang terjadi akibat adanya ketidaksesuaian antara dua pendapat (sudut pandang) yang berpengaruh atas pihak-pihak yang terlibat baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif dan sebagai suatu kondisi yang ditimbulkan oleh adanya kekuatan yang saling bertentangan.

Konflik terjadi karena adanya intreraksi yang disebut komunikasi. Hal ini berarti, bila kita ingin mengetahui konflik, kita harus mengetahui kemampuan dan perilaku komunikasi. Semua konflik mengandung

komunikasi, tapi tidak semua konflik berakar pada komunikasi yang buruk. Berbagai mitos tentang konflik dipahami berdasarkan dua sudut pandang, yaitu tradisional maupun kontemporer.

Pandangan tradisional, konflik dianggap sebagai sesuatu yang buruk yang harus dihindari. Bahkan sering kali konflik dikaitkan dengan kemarahan, agresifitas, pertentangan baik secara fisik maupun dengan kata-kata kasar. Sebaliknya, pandangan kontemporer mengenai konflik didasarkan pada anggapan bahwa konflik adalah sesuatu yang tidak dapat dielakkan sebagai konsekuensi logis interaksi manusia.

Konflik adalah situasi dimana tindakan salah satu pihak berakibat menghalangi, menghambat atau mengganggu tindakan pihak lain (Johnson, 1981). Menurut Myers, jika komunikasi adalah suatu proses transaksi, yang berupaya mempertemukan perbedaan individu secara bersama-sama untuk mencari kesamaan makna, maka dalam proses itu, pasti ada konflik.

B. Faktor Penyebab Konflik dan Jenis Konflik

Ada beberapa yang dapat menimbulkan terjadinya konflik dalam suatu hubungan antarpribadi. Beberapa penyebab tersebut antara lain :

- a. Perbedaan individu yang meliputi perbedaan pendirian dan perasaan.

Setiap manusia adalah individu yang unik. Artinya, setiap orang memiliki pendirian dan perasaan yang berbeda-beda satu dengan lainnya. Perbedaan pendirian dan perasaan akan sesuatu hal atau lingkungan yang nyata ini dapat menjadi faktor penyebab konflik, sebab dalam menjalani hubungan, seseorang tidak selalu sejalan dengan orang lain. Misalnya, ketika berlangsung pentas musik di lingkungan pemukiman, perasaan setiap warganya akan berbeda-beda. Ada yang merasa terganggu karena berisik, tetapi ada pula yang merasa terhibur.

- b. Perbedaan latar belakang kebudayaan sehingga membentuk pribadi yang berbeda.

Seseorang sedikit banyak akan terpengaruh dengan pola-pola pemikiran dan pendirian kelompoknya. Pemikiran dan pendirian yang berbeda itu pada akhirnya akan menghasilkan perbedaan individu yang dapat memicu konflik.

c. Perbedaan kepentingan antara individu.

Manusia memiliki perasaan, pendirian maupun latar belakang kebudayaan yang berbeda. Oleh sebab itu, dalam waktu yang bersamaan, masing-masing orang memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Kadang-kadang orang dapat melakukan hal yang sama, tetapi untuk tujuan yang berbeda-beda.

Dari faktor penyebab yang berbeda-beda tersebut, konflik kemudian dibedakan menjadi beberapa jenis konflik, sebagai berikut:

a. Konflik Intrapersonal

Konflik intrapersonal adalah konflik seseorang dengan dirinya sendiri. Konflik terjadi bila pada waktu yang sama seseorang memiliki dua keinginan yang tidak mungkin dipenuhi sekaligus. Ada tiga macam bentuk konflik intrapersonal yaitu :

- 1) Konflik pendekatan-pendekatan, contohnya orang yang dihadapkan pada dua pilihan yang sama-sama menarik.
- 2) Konflik pendekatan - penghindaran, contohnya orang yang dihadapkan pada dua pilihan yang sama menyulitkan.
- 3) Konflik penghindaran-penghindaran, contohnya orang yang dihadapkan pada satu pilihan

b. Konflik Interpersonal

Konflik Interpersonal adalah pertentangan antar seseorang dengan orang lain karena pertentangan kepentingan atau keinginan. Hal ini sering terjadi antara dua orang yang berbeda status, jabatan, bidang kerja dan lain-lain.

c. Konflik antar individu dan kelompok.

Hal ini seringkali berhubungan dengan cara individu menghadapi tekanan-tekanan untuk mencapai konformitas, yang ditekankan kepada

mereka oleh kelompok kerja mereka. Sebagai contoh dapat dikatakan bahwa seseorang individu dapat dihukum oleh kelompok kerjanya karena ia tidak dapat mencapai norma-norma produktivitas kelompok dimana ia berada.

d. Konflik antara kelompok (dalam satu organisasi).

Konflik ini merupakan tipe konflik yang banyak terjadi di dalam organisasi-organisasi. Konflik antar lini dan staf merupakan merupakan contoh konflik antar kelompok.

e. Konflik antara organisasi.

Konflik jenis ini biasanya disebut dengan persaingan. Namun berdasar pengalaman, konflik ini ternyata menyebabkan timbulnya pengembangan produk-produk baru, teknologi baru dan servis baru, harga lebih rendah dan pemanfaatan sumber daya secara lebih efisien. (Wirawan, 2010)

C. Fungsi Konflik

Walau konflik selalu terdapat dalam hubungan antar pribadi, pada umumnya masyarakat cenderung menganggap konflik sebagai sesuatu yang buruk dan harus dihindari. Konflik dipandang dapat merusak suatu hubungan, maka harus dicegah. Jika konflik mengarah pada kondisi destruktif, memang hal tersebut dapat berdampak pada penurunan efektivitas suatu hubungan. Misalnya berupa penolakan, acuh tak acuh, bahkan mungkin muncul luapan emosi destruktif, berupa kekerasan.

Banyak orang mulai menyadari bahwa perusak itu bukan terletak pada konflik itu semata, tapi oleh cara kita menghadapi konflik yang ada. Kegagalan memecahkan konflik secara konstruktif, adil dan memuaskan kedua pihak lah yang merusak suatu hubungan. Kini konflik telah mendapat konotasi yang positif, misalnya sebagai 'bumbu' dalam hubungan antar pribadi, baik dalam persahabatan, keluarga, dan hubungan lainnya.

Sesungguhnya bila kita mampu mengelola suatu konflik dengan baik, konflik justru mendatangkan manfaat bagi orang yang mengalaminya. Berikut merupakan manfaat positif:

- a. Konflik dapat menjadikan kita sadar bahwa ada persoalan yang perlu dipecahkan dalam hubungan kita dengan orang lain. Misalnya kalau anda ingin menonton film horror tapi kekasih anda ingin menonton film drama, mungkin hal itu menandakan adanya perbedaan selera diantara kalian berdua yang perlu mendapat perhatian.
- b. Konflik dapat menyadarkan dan mendorong kita untuk melakukan perubahan-perubahan dalam diri kita. Kekasih anda marah karena anda lupa menjemputnya jalan-jalan, sebaiknya anda sungguh-sungguh mulai belajar mengatur waktu dan membuat catatan kegiatan dengan cermat.
- c. Konflik dapat menumbuhkan dorongan dalam diri kita untuk memecahkan persoalan yang selama ini tidak jelas kita sadari atau kita biarkan tidak muncul ke permukaan. Konflik dengan tetangga sebelah karena merasa terganggu oleh suara *tape recorder* yang disetel keras-keras mendorong kita untuk menyampaikan keberatan kita terhadap kebiasaannya membawa teman-teman dan mengobrol dengan suara keras hampir setiap malam mulai dari gelap hingga menjelang subuh.
- d. Konflik dapat menjadikan hidup seseorang lebih menarik. Perbedaan pendapat dengan seorang teman tentang suatu hal dapat menimbulkan perdebatan yang memaksa kita lebih mendalami dan memahami pokok hal tersebut, selain menjadikan hubungan kita tidak membosankan.
- e. Perbedaan pendapat akan membimbing ke arah tercapainya keputusan-keputusan bersama yang lebih matang dan bermutu. Dua kekasih yang bersitegang memilih restoran mana yang akan dijadikan tempat makan malam mereka,

akhirnya memutuskan untuk memasak di rumah, menikmati masakan yang dibuat dengan kebersamaan sambil menonton televisi.

- f. Konflik dapat menghilangkan ketegangan-ketegangan kecil yang sering kita alami dalam hubungan kita dengan seseorang. Sesudah pertengkaran mulut yang cukup dahsyat, seorang sekretaris akhirnya merasa terbebas dari kejengkelannya pada salah seorang koleganya yang suka sekali meminjam atau meminta peralatan dan perlengkapan tulis-menulis dari mejanya. Sesudah didamaikan oleh seorang teman lain, teman itu berjanji untuk tidak lagi mengganggunya dan akan lebih cermat merawat barang-barangnya.
- g. Konflik juga dapat menjadikan kita sadar tentang siapa atau macam apa diri kita sesungguhnya. Lewat pertengkaran dengan orang lain, kita menjadi lebih sadar tentang apa yang tidak kita sukai, apa yang membuat kita tersinggung, apa yang sangat kita hargai dan sebagainya.
- h. konflik juga dapat menjadi sumber hiburan. Kita sengaja mencari sejenis konflik dalam berbagai bentuk permainan dan perlombaan. Konflik dapat mempererat dan memperkaya hubungan. Hubungan yang tetap bertahan kendati diwarnai dengan banyak konflik, justru dapat membuat kedua belah pihak sadar bahwa hubungan mereka itu sangat berharga. Selain itu juga dapat menjadi semakin erat, sebab bebas dari ketegangan-ketegangan dan karenanya juga menyenangkan.

Konflik dalam hubungan antarpribadi sesungguhnya memiliki potensi menunjang perkembangan pribadi kita sendiri maupun perkembangan relasi kita dengan orang lain. Namun dengan catatan kita mampu menghadapi dan memecahkan konflik-konflik semacam itu secara konstruktif. Suatu konflik bersifat konstruktif bila sesudah mengalaminya. Seperti, hubungan kita dengan pihak lain justru menjadi

lebih erat, dalam arti lebih mudah berinteraksi dan bekerjasama. Kita dan pihak lain justru lebih saling menyukai dan saling mempercayai. Kedua belah pihak sama-sama merasa puas dengan akibat- akibat yang timbul setelah berlangsungnya konflik. Kedua belah pihak makin terampil mengatasi konflik-konflik baru yang terjadi di antara mereka

D. Dampak Konflik

Konflik pun tidak hanya diungkapkan secara verbal tapi juga diungkapkan secara nonverbal seperti dalam bentuk raut muka, gerak badan, yang mengekspresikan pertentangan. Konflik adalah adanya kesenjangan atau ketidaksesuaian diantara berbagai pihak dalam suatu organisasi dengan organisasi lain, diantara berbagai bidang dalam sebuah organisasi, maupun diantara anggota di dalam suatu bagian tertentu dalam organisasi.

Secara garis besar konflik dapat terjadi dalam berbagai keadaan, diantaranya:

- a. Konflik antar bawahan dibagian yang sama.
- b. Konflik antar bawahan dan Pimpinan dibagian yang sama
- c. Konflik antar bawahan dari bagian yang berbeda
- d. Konflik antar pimpinan dan bawahan dari bagian yang berbeda
- e. Konflik antar pimpinan dari bagian yang berbeda (kurniawan, 2005)

Konflik juga memiliki sebuah dampak terhadap organisasi :

- a. Konflik dapat menyebabkan kelompok kerja lemah dan berbagai pekerjaan dalam berorganisasi atau perusahaan akan terbengkalai.
- b. Konflik bisa menjurus pada persoalan personal antar individu dalam organisasi. Jika konflik sudah mengarah pada persoalan personal, agak sulit bagi perusahaan untuk bersikap profesional dan membedakan antara urusan yang bersifat organisasional dan personal, namun yang jelas kinerja organisasi akan terganggu.
- c. Konflik memiliki dampak positif ketika manager atau pimpinan dapat mengelolah konflik menjadi persaingan sehat antar individu,

sehingga kinerja organisasi justru mungkin dapat ditingkatkan. Namun, prasyarat agar konflik menjadi dampak positif adalah kuatnya peran pimpinan dan manager dalam organisasi.

- d. Konflik menyebabkan berbagai hal yang tidak terkait langsung dengan tujuan organisasi muncul, sehingga sangat mungkin untuk terjadinya pemborosan waktu, uang, serta berbagai sumber daya lainnya.

Tabel 2.1
Beberapa Pendekatan dalam Konflik

PENDEKATAN DALAM MANAJEMEN KONFLIK	PROGRAM YANG DIJALANKAN
Stimulasi Konflik	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan persaingan antar individu dan kelompok - Pelibatan pihak eksternal ke dalam bagian di mana konflik terjadi - Perubahan aturan-aturan atau prosedur yang ada
Pengendalian Konflik	<ul style="list-style-type: none"> - Perluasan penggunaan sumber daya organisasi - Peningkatan koordinasi dalam organisasi - Penentuan tujuan bersama yang dapat mempertemukan berbagai pihak yang terlibat dalam konflik - Mempertemukan perilaku dan kebiasaan kerja dari para pegawai

Penyelesaian dan penghilangan konflik	<ul style="list-style-type: none"> - Penghindaran konflik dengan jalan penghindaran sumber-sumber konflik - Intervensi terhadap pihak-pihak yang terlibat konflik untuk melakukan kompromi - Mengakomodasi keinginan pihak-pihak yang terlibat konflik dalam suatu forum penyelesaian konflik
---------------------------------------	--

Sumber : Kurniawan Saefullah, 2005.

BAB VI

STRATEGI MENGHINDARI KONFLIK DENGAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL

A. Memahami Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam proses pengiriman pesan, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta mempersulit dalam memberikan umpan balik yang sesuai. Dalam mengatasi kendala yang terjadi saat berkomunikasi, maka perlu diketahui beberapa faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi.

Hambatan komunikasi ini dapat dibagi dalam 3 bagian (Effendy, 2003:60) :

a. Hambatan Teknis

Hambatan jenis ini timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan

pesan. Dari sisi teknologi, keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi, akan semakin berkurang dengan adanya temuan baru di bidang teknologi komunikasi dan sistem informasi, sehingga saluran komunikasi dalam media komunikasi dapat diandalkan serta lebih efisien.

b. Hambatan Semantik

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau idea secara efektif. Definisi semantik adalah studi atas pengertian, yang diungkapkan lewat bahasa. Suatu pesan yang kurang jelas, akan tetap menjadi tidak jelas bagaimanapun baiknya transmisi. Hambatan semantik dibagi menjadi 3, diantaranya:

1. Salah pengucapan kata atau istilah karena terlalu cepat berbicara
contoh: partisipasi menjadi partisisapi.
2. Adanya perbedaan makna dan pengertian pada kata-kata yang pengucapannya sama. Contoh: bujang (Sunda: sudah; Sumatera: anak laki-laki).
3. Adanya pengertian konotatif, Contoh: secara denotative, semua setuju bahwa anjing adalah binatang berbulu, berkaki empat. Sedangkan secara konotatif, banyak orang menganggap anjing sebagai binatang piaraan yang setia, bersahabat dan panjang ingatan.

c. Hambatan Manusiawi

Hambatan jenis ini muncul dari masalah-masalah pribadi yang dihadapi oleh orang-orang yang terlibat dalam komunikasi, baik komunikator maupun komunikan.

Selain hambatan teknis, hambatan semantik dan hambatan manusiawi, secara garis besar terdapat 4 (empat) pembagian hambatan komunikasi (Effendy, 2003:70)

1. Hambatan personal

Hambatan personal merupakan hambatan yang terjadi pada peserta komunikasi, baik komunikator maupun komunikan/komunikate.

Hambatan personal dalam komunikasi meliputi sikap, emosi, *stereotyping*, prasangka, bias, dan lain-lain.

2. Hambatan kultural atau budaya

Komunikasi yang kita lakukan dengan orang yang memiliki kebudayaan dan latar belakang yang berbeda mengandung arti bahwa kita harus memahami perbedaan dalam hal nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap yang dipegang oleh orang lain.

Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Hambatan bahasa terjadi ketika orang yang berkomunikasi tidak menggunakan bahasa yang sama, atau tidak memiliki tingkat kemampuan berbahasa yang sama.

Hambatan juga dapat terjadi ketika kita menggunakan tingkat berbahasa yang tidak sesuai atau ketika kita menggunakan jargon atau bahasa “slang” atau “prokem” atau “alay” yang tidak dipahami oleh satu atau lebih orang yang diajak berkomunikasi.

Hal lain yang turut memberikan kontribusi terjadinya hambatan bahasa adalah situasi dimana percakapan terjadi dan bidang pengalaman ataupun kerangka referensi yang dimiliki oleh peserta komunikasi mengenai hal yang menjadi topik pembicaraan.

3. Hambatan fisik

Beberapa gangguan fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hambatan fisik komunikasi mencakup panggilan telepon, jarak antar individu, dan radio. Hambatan fisik ini pada umumnya dapat diatasi.

4. Hambatan lingkungan

Tidak semua hambatan komunikasi disebabkan oleh manusia sebagai peserta komunikasi. Terdapat beberapa faktor lingkungan yang turut mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mengalami rintangan yang dipicu oleh faktor lingkungan yaitu latar belakang fisik atau situasi dimana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, tingkat kenyamanan, gangguan, serta waktu.

B. Mengatasi Hambatan Komunikasi

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa dalam menghindari konflik maka hal pertama yang harus dipahami adalah mengetahui hambatan-hambatan komunikasi yang mungkin saja muncul dalam saat komunikasi berlangsung baik secara verbal maupun nonverbal. Saat proses komunikasi hambatan komunikasi yang muncul tentu dapat menyebabkan konflik antar pelaku komunikasi. Namun, apabila seorang yang melakukan komunikasi dapat mengetahui strategi bagaimana menghindari konflik tersebut dengan cepat, maka apabila konflik tersebut terjadi akan dapat segera dicari pemecahannya atau lebih baik lagi untuk dapat menghindari konflik agar jangan sampai terjadi. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal berikut:

a. Pengirim pesan/komunikator/*sender*

Komunikasi adalah suatu proses yang berlangsung dua arah dan diawali oleh pengirim pesan. Pengirim pesan hendaknya merumuskan informasi sedemikian rupa agar tujuan komunikasi tercapai. Pengirim pesan harus proaktif dalam membuat komunikan/ *receiver* mengerti dan memahami pesan yang disampaikan. Seringkali, apa yang dikatakan tidak selalu sesuai dengan apa yang didengar. Untuk menghindarinya, hal-hal yang harus dilakukan adalah:

1. Menyatakan satu ide atau gagasan dalam satu waktu.
2. Menyatakan ide atau gagasan dengan singkat.
3. Memberikan penjelasan ketika diperlukan.
4. Melakukan pengulangan jika diperlukan.
5. Menerima dan memberikan umpan balik.
6. Melakukan pilihan kata, nada suara dan bahasa tubuh yang tepat.
7. Mengembangkan sikap empati terhadap penerima/ komunikan/ *receiver* dalam mengatasi hambatan kultural atau budaya dalam komunikasi.

b. Pesan

Pesan merupakan informasi sederhana yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima. Pesan dapat berupa pesan verbal

maupun pesan non verbal. Untuk mengurangi kemungkinan terjadinya masalah, pengirim harus :

1. Menggunakan terminologi yang tepat.
2. Berbicara dengan jelas.
3. Waktu pengiriman pesan disesuaikan dengan kesiapan penerima pesan untuk mendengarkan atau menerima pesan.
4. Menggunakan volume suara yang sesuai.
5. Pesan yang disampaikan hendaknya bersifat inklusif dan informatif. Inklusif artinya bahwa pesan berisi segala sesuatu yang diperlukan oleh penerima pesan untuk memahami maksud pengirim. Informasi artinya pesan merupakan sesuatu yang ingin diketahui oleh penerima pesan.

c. Penerima/komunikasikan/komunikate/*receiver*

Penerima pesan membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk itu, penerima pesan harus memegang kendali atas seluruh proses komunikasi yang berlangsung. Agar penerima pesan memegang kendali, adalah penting bagi penerima pesan untuk yakin bahwa pengirim pesan memahami apa yang diinginkan oleh penerima pesan dan mengapa mereka menginginkannya.

Aktif mendengarkan adalah suatu proses yang digunakan oleh penerima pesan untuk memfasilitasi komunikasi dan meningkatkan penampilan. Dalam artian, penerima pesan aktif dalam proses komunikasi. Agar penerima pesan dapat mendengarkan dengan aktif, hal-hal yang perlu dilakukan oleh penerima pesan adalah :

1. Fokus perhatian pada pesan yang disampaikan dengan memberikan momen prioritas. Jika memungkinkan melihat atau melakukan kontak mata kepada pengirim pesan.
2. Mendengar dan melihat isi pesan tidak langsung atau non verbal sama baiknya ketika mendengarkan kata-kata. Perhatikan petunjuk non verbal yang menyajikan informasi berdasar pada apa yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan. Persepsi yang diberikan oleh penerima pesan terhadap pesan dan pengirim pesan

dapat berbeda. Pilihan kata, nada suara, posisi tubuh, geture dan gerakan mata merefleksikan perasaan dibalik kata-kata yang diucapkan.

3. Menjaga pikiran tetap terbuka dan hindari penilaian.

4. Melakukan verifikasi terhadap apa yang didengar atau disampaikan. Jangan berasumsi bahwa persepsi yang diberikan terhadap pesan merupakan bentuk persetujuan dengan tujuan pengirim pesan. Berikan umpan balik yang tepat kepada pengirim pesan.

d. Umpan Balik Pesan

Penerima yang efektif memverifikasi pemahaman mereka terhadap pesan yang dikirim oleh pengirim pesan. Mereka menyadari kata-kata, nada suara, dan bahasa tubuh ketika mereka memberikan umpan balik. Berbagai bentuk umpan balik yang diberikan dapat berupa pengakuan, pengulangan, dan parafrase. Kemudian, yang dimaksud dengan pengakuan adalah bahwa penerima pesan telah menerima dan memahami pesan yang disampaikan. Untuk pesan yang bersifat informatif yang rumit, pengakuan saja tidaklah cukup untuk memastikan dan memahami pesan yang disampaikan. Sedangkan, yang dimaksud dengan pengulangan adalah mengulang kembali kata-kata yang disampaikan oleh pengirim pesan. Terakhir, yang dimaksud dengan parafrase adalah mengulang kata-kata yang disampaikan oleh penerima pesan sendiri kepada pengirim pesan. Parafrase memungkinkan penerima pesan untuk melakukan verifikasi terhadap pemahaman pesan dan menunjukkan kepada pengirim pesan bahwa penerima pesan mendengarkan pesan dengan baik.

C. Menghindari Konflik Dengan Komunikasi Verbal

Menurut Roger [Wood, 20019] koomunikasi akan terjadi secara efektif apabila kedua pihak memenuhi kondisi berikut:

1. Bertemu satu sama lain

2. Empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti
3. Menghargai satu sama lain
4. bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan
5. Menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh-sungguh, bersikap menerima dan empati satu sama lain
6. Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecendrungan gangguan arti
7. Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap orang lain.

Dalam menghindari konflik, menjalin hubungan interpersonal yang baik merupakan salah satu cara yang efektif. Pace dan Boren (1973) mengusulkan cara-cara untuk menyempurnakan hubungan interpersonal tersebut:

1. Mengembangkan suatu pertemuan personal yang langsung satu sama lain mengkomunikasikan perasaan secara langsung
2. Mengkomunikasikan suatu pemahaman empati secara tepat dengan pribadi orang lain melalui keterbukaan diri.
3. Mengkomunikasikan suatu kehangatan, pemahaman yang positif mengenai orang lain dengan gaya mendengarkan dan berespon.
4. Mengkomunikasikan keaslian dan penerimaan satu sama lain dengan ekspresi penerimaan secara verbal dan nonverbal.
5. Berkomunikasi dengan ramah tamah, wajar, menghargai secara positif satu sama lain melalui respon yang tidak bersifat menilai
6. Mengkomunikasikan satu keterbukaan dan iklim yang mendukung melalui konfrontasi yang bersifat membangun.
7. Berkomunikasi untuk menciptakan kesamaan arti dan memberikan respon yang relevan.

Namun hubungan yang baik saja belumlah cukup, diperlukan juga strategi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi agar menghindari diri dari hambatan komunikasi yang bisa saja muncul saat berkomunikasi:

1. Mengatasi persepsi negatif.

Kita harus melihat sesuatu tidak hanya dari sudut pandang kita, melihat dari sudut pandang orang lain, melihat dari sudut pandang netral/tidak memihak, dan tidak mencampuradukan emosi pribadi pada saat berperilaku. Kita melihat masalah dari tiga sudut pandang berbeda. Hal ini untuk membantu kita lebih empati dan berpikir terlebih dahulu sebelum menilai dan menyertakan emosi. Untuk mempunyai kemampuan ini kita harus memiliki kemampuan mendengar. Untuk memahami kita perlu mendengarkan, mendengarkan dengan penuh perhatian.

2. Mendengarkan.

Mendengarkan, yaitu memberikan perhatian terhadap sesuatu. Pentingnya mendengar dinyatakan dalam berbagai penelitian, salah satunya menyatakan bahwa kemampuan mendengarkan jauh lebih penting daripada kemampuan berbicara, kemampuan mendengarkan harus dimiliki oleh semua orang atau hubungan personal. Alasan kita untuk mendengarkan adalah:

- a. memahami dan memperoleh informasi. Orang yang menguasai informasi akan memiliki kesempatan lebih besar untuk sukses.
- b. Analisis terhadap kualitas informasi. Kemampuan ini dibutuhkan agar dapat bertindak lebih tepat. Mendengarkan dan mendapatkan informasi lebih banyak akan meningkatkan kualitas pesan yang diterima, kelengkapan data, dan kemampuan mengolah informasi, sehingga kesimpulan atau suatu kondisi atau keadaan dapat diambil.

- c. Membangun dan memelihara hubungan. Orang yang memiliki kemampuan mendengarkan dengan baik akan memiliki hubungan lebih baik dengan sesamanya.
- d. Menolong orang lain. Beberapa profesi mewajibkan kompetensi mendengarkan untuk dimiliki dengan baik, contohnya dokter, pengacara, psikolog, guru, atau lainnya. Untuk meningkatkan kemampuan mendengarkan adalah dengan cara: membuat kontak mata dengan pembicara, hindari gerakan atau komunikasi nonverbal yang justru mengganggu atau tidak sesuai dengan maksud kita untuk mendengarkan, mengajukan pertanyaan, mengungkapkan kembali/konfirmasi, hindari interupsi, jangan berbicara terlalu banyak, membuat transisi yang baik antara menjadi pendengar yang baik dengan pembicara yang baik, empatik

3. Menekan ego pribadi kita.

Dengan menekan ego pribadi, maka kita dapat belajar untuk mencoba memahami orang lain. Setiap orang punya keunikan masing-masing, dan kita harus menerima fakta tersebut.

4. Pengetahuan.

Ketika kita berusaha untuk mendekati orang lain, kita dapat memanfaatkan knowledge yang kita miliki terkait dengan keunikan yang dimiliki orang tersebut. Contohnya kita berkenalan dengan seorang dokter, supaya interaksi berjalan dengan baik maka kita dapat memulai pembicaraan seputar kesehatan. Intinya adalah membangun komunikasi yang dapat menciptakan jalinan hubungan baik dengan orang lain

D. Menghindari Konflik Dengan Komunikasi Non Verbal

Ketika berkomunikasi dengan menggunakan bahasa verbal orang juga menggunakan bantuan gerak-gerik anggota tubuh seperti mata, tangan, kepala, dll. Kemampuan memanfaatkan anggota tubuh

merupakan aset komunikasi dan bukan sekedar tampilan fisik. Jika digunakan secara tepat dan benar akan menimbulkan rasa tenteram (bagi diri sendiri atau pendengar), memperjelas bahasa ujaran dan sekaligus akan menghasilkan dampak positif yang mungkin tidak diduga. Sebagai contoh, cara berdiri, bergerak, menatap, dan tersenyum yang dimanipulasikan sedemikian rupa akan memberi nuansa komunikatif terhadap penampilan kata-kata. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan bahasa nonverbal saat berkomunikasi, yaitu:

- a. Lakukan tatapan mata setiap saat, pada individu atau kelompok tertentu untuk memperoleh keyakinan bahwa mereka memperhatikan isi yang sedang dibicarakan untuk menumbuhkan rasa percaya diri sebagai pembicara. Jika keberanian untuk melakukan hal ini belum ada, tujukanlah tatapan mata kebagian pendengar di barisan belakang. Kekhawatiran itu akan hilang selama berbicara sehingga akhirnya timbul keberanian menatap pada satu arah pendengar tertentu. Jangan lupa memberi keseimbangan tatapan, berganti arah. Jangan sekali-kali menatap ke bahan tertulis konten pembicaraan/menunduk selama berbicara.
- b. Gunakan bahasa tangan untuk mengilustrasikan poin-poin ujaran yang disampaikan. Jangan menggunakan gerakan tangan yang menunjukkan kegelisahan atau sebaliknya membuat gerakan yang membuat pendengar menjadi tidak tenteram misal, memutar-mutar pulpen dengan tangan atau mengetuk-ngetukkannya di meja selama berbicara.
- c. Bergerak santai jika bicara sambil berdiri. Tapi jangan mondar-mandir dari satu sisi ke sisi yang lain terlalu cepat (seperti orang sedang adu lari) atau terlalu diatur (sehingga terkesan seperti pragawati). Rileks dan santai, jangan tegang. Dalam berkomunikasi dihindari ada rasa beban. Kalau tidak akan terjadi ketegangan dan ketidakteraturan berbicara.

d. Senyum. Senyuman akan menimbulkan keyakinan pada diri sendiri dan rasa akrab bagi pendengar. Selalu tersenyum sambil menceritakan humor yang terkait dengan bahan pembicaraan akan membuat pendengar benar-benar menikmati humor. Dan ini penting buat pembicara. Sebab, jika humor tidak bersambut akan mengakibatkan hilang kontrol dan percaya diri pembicara juga akan hilang. Apapun konten pembicaraan yang akan disampaikan maka keberhasilannya akan bergantung pada kemampuan menggabungkan unsur isi pembicaraan, pengungkapannya dalam bahasa vokal, dan aksentuasinya dalam bentuk bahasa tubuh. Semua ini harus bersifat sinergis.

6. Memperbanyak bertemu dengan orang-orang baru. Kemampuan komunikasi yang terasah membutuhkan suatu proses dan waktu yang panjang sehingga harus selalu dilatih. Semakin banyak kita menjalin hubungan dengan orang lain.

7. Menghindari judgement. Ketika judgement sudah ada, maka kita punya persepsi dan kesan mengenai orang lain, yang mungkin negatif. Oleh karena itu, jangan biarkan judgement menahan kita untuk memulai komunikasi. Berikan kesempatan pada orang lain untuk berinteraksi dengan kita.

8. Open minded. Belajarlah untuk menerima dan menghargai pendapat orang lain. Jangan langsung menolak pengetahuan baru yang berbeda dengan pengetahuan yang kita miliki. Berkomunikasilah dengan serius, namun santai. Jika harus berdebat, lakukan dengan saling menghargai dan sopan.

9. Empati. Empati adalah sikap dimana kita dapat menempatkan diri seolah-olah kita berada di posisi lawan bicara. Bayangkan seolah-olah kita berada di situasinya., dan berikan respon yang tepat. Empati kita terhadapnya akan menciptakan suatu hubungan yang positif. Empati ini harus terus menerus dilatih. Biasanya,

orang yang punya Emotional Quotient (EQ) tinggi, lebih pkitai dalam berempati.

10. Menghadapi konflik. Interpersonal skill kita sangat diuji ketika terjadi konflik. Kita dapat menjadi mediator dari pihak-pihak yang berkonflik. Lakukan dengan kepala dingin, supaya komunikasi berjalan lancar, agar masalah bisa diselesaikan dengan baik. Kita harus bersikap netral sekaligus bijak untuk dapat mengambil peran ini.

BAB VII

PENUTUP

Hambatan-hambatan dalam proses komunikasi yang dilakukan antara komunikan dan komunikator sering kali menjumpai beberapa hambatan, (Kurniawati, 2014) diantaranya adalah:

- a. Polarisasi (*polarization*) kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrim yang tidak realistis.
- b. Orientasi intensional (*intentional orientation*) terjadi bila kita menanggapi apa yang sebagai suatu kenyataan, atau melebihkan.
- c. Kekacauan karena menyimpulkan fakta (*Fact-inference confusion*) terjadi bila kita memperlakukan kesimpulan sebagai fakta
- d. Potong kompas (*by passing*) terjadi bila antara pembicara dan pendengar saling salah paham akan maka yang mereka maksudkan.
- e. Kesemua (*allness*) mengacu pada kecenderungan untuk menganggap bahwa orang yang mengetahui hal tertentu pasti menguasai segalanya, atau bahwa apa yang telah dikatakan pada sudah seluruhnya.

- f. Evaluasi statis (*static evaluation*) terjadi bila kita mengabaikan perubahan dan menganggap bahwa realitas merupakan hal yang statis.
- g. Indiskriminasi (*indiscrimination*) terjadi bila kita mengelompokkan hal-hal yang tidak sama ke dalam satu kelompok dan menganggap karena mereka berada dalam kelompok yang sama, mereka semuanya sama.

Hambatan komunikasi yang tidak dipahami dan diselesaikan secara serius akan dapat menimbulkan konflik dalam sebuah bidang pekerjaan yang berkaitan dengan pelayanan, terutama yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, seorang pegawai atau petugas dalam sebuah instansi harus memiliki strategi komunikasi dalam menghadapi masyarakat yang memiliki beragam karakter. Dan dalam hal ini, komunikasi yang efektiflah yang harus diberikan kepada masyarakat, yakni komunikasi yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001
- Aththar, Muhammad Ahmad. *The Magic of Communication*. Jakarta; Zaman, 2012.
- Budyatna, Muhammad & Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011,
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widisarana, 2009.
- Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*, New York: Pearson Global Edition, 2016.
- Effendy, Onong U. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009.
- Hendrick, William, *Bagaimana Pengelolaan Konflik*, Jakarta : Bumi Aksara, 2012.
- Hardjana, Agus M. *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta: Kanisius, 2003

- Liliweri, Aloe, *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2012.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010.
- Raudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Jakarta Pers, 2007
- Suranto, *Komunikasi Interpersonal*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Sobur, Alex, *Ensiklopedia Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 2014.
- Sutrisno, Edy, *Budaya Organisasi*, Jakarta: Kencana, 2010
- Widjaja, *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Wirawan, *Konflik dan Manajemen Konflik*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- West, Richard & Turner. Lynn H, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Wood, Julia T. *Communication in Our Lives*. Boston; Wadsworth Cengage Learning, 2009.

TENTANG PENULIS

Cut Alma Nurafiah, lahir di Lhokseumawe tahun 1981, lulusan S1 Universitas Sumatera Utara, S2 dan S3 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pengampu mata kuliah Komunikasi Pembangunan, Retorika dan Publik Speaking serta Media dan Masyarakat ini telah menghasilkan Karya tulis yang telah dibukukan dengan judul Peran Sentral Komunikasi dalam Pembangunan, selain itu ia juga berkontribusi dalam Buku Media dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Politik)

Muhammad Luthfi, lahir di Medan 5 Juli 1990. Mengenyam pendidikan S2 Universitas Dharmaagung dan sekarang sedang melanjutkan pendidikan S3 di Universitas Islam Sumatera Utara. Menekuni olah raga Sepak Bola, dan seorang dosen program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Dharmawangsa.

Muya Syaroh Iwanda Lubis, lahir di Medan, 19 Januari 1987 ini lulusan S1 dan S2 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Buku ini, buku

kedua setelah beberapa waktu lalu menyelesaikan buku komunikasi antarpribadi sebagai timbulnya trauma.