

Selamat Datang di II-2100 Komunikasi Inter Personal dan Publik

Armein Z. R. Langi

2025-09-02

Table of contents

Selamat Datang	7
SILABUS MATA KULIAH	7
Belajar adalah Perjalanan	8
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)	9
Asesmen Pencapaian CPMK	13
Petunjuk Asesmen	14
Konsep Penguasaan Kompetensi	14
Bukti Kompetensi	15
**Kuis Materi Topik Setiap Minggu (Q-1 s/d Q-7)	16
**Kuis Materi Topik Setiap Minggu (Q-8 s/d Q-14)	16
UTS-1 All About Me	16
UTS-2 Song for you	17
UTS-3 My Stories for You,	17
UTS-4 My Shape,	17
UTS-5 My Personal Review,	17
UAS-1 My Concepts,	17
UAS-2 My Opinions,	17
UAS-3 My Innovations	18
UAS-4 My Knowledge,	18
UAS-5 My Professional Reviews	18
Teknis Pelaksanaan, Pengumpulan, dan Penilaian	18
Repositori Github	18
CPMK-1: Menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal.	19
CPMK-2: Mendemonstrasikan komunikasi interpersonal secara efektif.	20
CPMK-3: Menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik.	22
CPMK-4: Mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan percaya diri.	24
UTS-1: Daya Tarik (Attractiveness)	26
UTS-2: Pembentukan Ikatan (Bonding)	27
UTS-3: Pembentukan Ikatan (Lanjutan/Continuation)	28
UTS-4: Penemuan Diri yang Autentik (Authentic Self Discovery)	28
UAS-1: Penjelasan Konsep (Concept Explanation)	29

UAS-2: Esai Opini (Opinion Essay)	30
UAS-3: Presentasi (Individual Presentation)	31
UAS-4: Inovasi (Innovation Proposal)	31
hubungan dengan CPMK	33
1) Peta Tugas → CPMK	33
2) Dari Skor Rubrik → Skor CPMK (langkah perhitungan)	34
3) Hubungan dengan nilai mata kuliah (UTS/UAS/Tugas)	34
Contoh mini (ilustratif)	35
1 Kuliah 1: Komunikasi Interpersonal	36
1.1 Ringkasan Materi	36
1.1.1 Sesi 2: Karakteristik Kompetensi Komunikasi Interpersonal	37
1.1.2 Sesi 3: Bisnis Konten Komunikasi Interpersonal	37
1.1.3 Sesi 4: Teknologi Digital dan Komunikasi Interpersonal	38
1.2 Kuis	38
1.3 Pertanyaan Esai (Pekerjaan Rumah Tidak Perlu di Submit)	39
1.4 Glosarium Istilah Kunci	40
2 Kuliah 2: Memahami Komunikasi Diri dan Pementasan Diri	42
2.1 Materi	42
2.2 1. Pendahuluan Komunikasi Diri (Intrapersonal Communication)	42
2.3 2. Konsep Diri (Self-Concept)	43
2.4 3. Harga Diri (Self-Esteem)	44
2.5 4. Presentasi Diri (Image Management / Self-Presentation)	44
2.6 5. Peran Prediksi yang Memenuhi Diri Sendiri (Self-Fulfilling Prophecy)	46
2.7 6. Pentingnya “Self-Talk” dan Mengatasi “Vultures” (Gangguan Psikologis)	46
2.8 7. Diskusi dan Aplikasi	47
2.9 Ringkasan	47
2.10 I. Konsep Diri (Self-Concept)	48
2.10.1 A. Definisi dan Pentingnya	48
2.10.2 B. Pembentukan Konsep Diri	48
2.10.3 C. Roh Karakter	48
2.11 II. Pementasan Diri (Self-Presentation / Image Management)	49
2.11.1 A. Definisi dan Tujuan	49
2.11.2 B. Tiga Versi Diri	49
2.11.3 C. Diagram Kartesius Pementasan Diri (Perspektif Diri)	49
2.11.4 D. Diagram Kartesius Pementasan Diri (Perspektif Orang Lain)	50
2.11.5 E. Aspek yang Perlu Disiapkan dalam Pementasan Diri	50
2.11.6 F. Integritas dan Deception dalam Pementasan Diri	50
2.12 III. Penyingkapan Diri (Self-Disclosure)	50
2.12.1 A. Definisi dan Aspek	50
2.12.2 B. Dimensi Keluasan dan Kedalaman Informasi	51

2.12.3	C. Jendela Johari	51
2.12.4	D. Manfaat dan Keuntungan Penyingkapan Diri	51
2.12.5	E. Risiko dan Kerugian Penyingkapan Diri	51
2.12.6	F. Pertimbangan Sebelum Penyingkapan Diri	52
2.12.7	G. Deception (Kebohongan)	52
2.13	IV. Hidup Otentik	52
2.13.1	A. Definisi Integritas dan Otentisitas	52
2.13.2	B. Empat Lapis Karakter untuk Hidup Otentik (Panutan)	53
2.13.3	C. Pembelajaran Karakter	53
2.14	V. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)	53
3	Kuis: Komunikasi Diri dan Pementasan Diri	54
4	Pertanyaan Esai (Tidak Ada Jawaban Disertakan)	55
5	Glosarium Istilah Kunci	56
6	Kuliah 3 Memahami Persepsi dan Realitas	58
6.1	Bagian 1: Konsep Dasar Persepsi	58
6.1.1	A. Definisi dan Fungsi Persepsi	58
6.1.2	B. Tahapan Pembentukan Persepsi	58
6.2	Bagian 2: Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi	59
6.2.1	A. Penyebab Perbedaan Persepsi	59
6.2.2	B. Kekuatan Fundamental dalam Persepsi Interpersonal	59
6.3	Bagian 3: Hubungan Persepsi dengan Realitas dan Komunikasi	60
6.3.1	A. Persepsi dan Realitas	60
6.3.2	B. Persepsi dan Komunikasi	60
6.4	Bagian 4: Meningkatkan Kemampuan Persepsi	60
6.4.1	A. Strategi Peningkatan	60
6.4.2	B. Kompetensi yang Akan Dikembangkan	61
6.5	Bagian 5: Worldviews dan Realitas Lainnya	61
6.5.1	A. Worldviews by Plato (Manusia Gua)	61
6.5.2	B. Lima Persepsi Realitas (Armein Z. R. Langi)	61
6.6	Kuis: Persepsi dan Realitas	62
6.7	Pertanyaan Esai (Tanpa Jawaban)	63
6.8	Glosarium Istilah Kunci	63
7	Kuliah 4: Kekuatan dan Penggunaan Bahasa dalam Komunikasi	66
7.1	Sesi 1: Pengantar: Kekuatan, Sifat, dan Penerapan Bahasa dalam Komunikasi Interpersonal	66
7.1.1	Ringkasan Eksekutif	66
7.1.2	I. Kekuatan Fundamental Kata-Kata	67
7.1.3	II. Sifat dan Struktur Bahasa	69

7.1.4	III. Membangun Iklim Komunikasi yang Positif	71
7.1.5	IV. Penggunaan dan Penyalahgunaan Bahasa	72
7.1.6	V. Panduan Komunikasi di Era Digital	74
7.2	SESI 2: Kekuatan Tersembunyi di Balik Kata-Kata: Panduan untuk Memahami dan Menggunakannya	74
7.2.1	1. Pendahuluan: Lebih dari Sekadar Ucapan	74
7.2.2	2. Kekuatan Membujuk: Menggerakkan Hati dan Pikiran	75
7.2.3	3. Kata-kata yang Membangun Jembatan Emosional	76
7.2.4	4. Pedang Bermata Dua: Penggunaan dan Penyalahgunaan Bahasa	78
7.2.5	5. Di Balik Layar: Mengapa Kata-kata Begitu Berpengaruh?	79
7.2.6	6. Kesimpulan: Gunakan Kekuatanmu dengan Bijak	80
7.3	Sesi 3: MEMORANDUM STRATEGIS: Kerangka Komunikasi Persuasif Berbasis Prinsip Aristoteles	80
7.3.1	1. Pendahuluan: Memanfaatkan Kekuatan Persuasi dalam Konteks Profesional	81
7.3.2	2. Fondasi Persuasi: Tiga Pilar Retorika Aristoteles	81
7.3.3	3. Panduan Aksi: Membangun dan Menjaga Ethos (Kredibilitas)	82
7.3.4	4. Strategi Lanjutan: Menciptakan Iklim Komunikasi yang Reseptif	83
7.3.5	5. Kesimpulan dan Rekomendasi	83
7.4	SESI 4: Panduan Praktik Terbaik: Membangun Iklim Komunikasi yang Positif dan Suportif di Tempat Kerja	84
7.4.1	1. Pendahuluan: Mengapa Iklim Komunikasi Adalah Aset Strategis Manajer	84
7.4.2	2. Fondasi Komunikasi Suportif: Kekuatan Pesan yang Mengkonfirmasi	85
7.4.3	3. Mencegah Defensif: Teknik Komunikasi Non-Evaluatif	87
7.4.4	4. Mengelola Konflik dengan ‘Pernyataan Saya’ (I-Statements)	89
7.4.5	5. Membedakan Fakta dan Opini untuk Dialog yang Konstruktif	90
7.4.6	6. Kesimpulan: Komitmen Manajer terhadap Komunikasi Sadar	91
7.5	Pekerjaan Rumah: Kuis 4	91
7.5.1	Kuis Pemahaman	92
7.5.2	Soal Esai	92
7.5.3	Glosarium Istilah Kunci	93

8 Kuliah 5 97

9 Memahami Bahasa Sunyi: Panduan Komunikasi Nonverbal untuk Pemula 98

9.0.1	Pendahuluan: Mengapa Gerak Tubuh Lebih Jujur dari Kata-kata?	98
9.0.2	1. Lima Karakteristik Utama Komunikasi Nonverbal	98
9.0.3	2. Enam Fungsi Penting dalam Interaksi Sehari-hari	99
9.0.4	3. Saluran Komunikasi: Bagaimana Pesan Nonverbal Dikirim?	100
9.0.5	4. Mengubah Diri dari Luar ke Dalam: Kekuatan “Power Posing”	101
9.0.6	5. Dua Langkah untuk Meningkatkan Keterampilan Nonverbal Anda	102

9.1	10 Pertanyaan Kuiz Komunikasi Nonverbal	102
9.2	TOPIK MINGGU KE-5: KOMUNIKASI NONVERBAL: PESAN TANPA KATA	103
9.2.1	POKOK BAHASAN DAN PELAJARAN UTAMA	103
9.3	AGENDA KULIAH 2 JAM: KOMUNIKASI NONVERBAL YANG MEMIKAT	104
10	Memahami Bahasa Sunyi: Panduan Komunikasi Nonverbal untuk Pemula	111
10.0.1	Pendahuluan: Mengapa Gerak Tubuh Lebih Jujur dari Kata-kata? . . .	111
10.0.2	1. Lima Karakteristik Utama Komunikasi Nonverbal	111
10.0.3	2. Enam Fungsi Penting dalam Interaksi Sehari-hari	112
10.0.4	3. Saluran Komunikasi: Bagaimana Pesan Nonverbal Dikirim?	113
10.0.5	4. Mengubah Diri dari Luar ke Dalam: Kekuatan “Power Posing” . . .	114
10.0.6	5. Dua Langkah untuk Meningkatkan Keterampilan Nonverbal Anda .	114
11	Kuliah 6 Ketrampilan Komunikasi Pribadi	116
11.1	I. Agenda Kuliah (120 Menit)	116
11.2	II. Lecture Notes (Materi Kuliah)	120
11.2.1	A. Ekspresi Diri dan Pengungkapan Diri yang Sesuai	120
11.2.2	B. Mengenali dan Menghentikan Perilaku Mencari Persetujuan (<i>Approval Seeking</i>)	120
11.2.3	C. Mengelola Sudut Pandang yang Berbeda	121
11.2.4	D. Meningkatkan Keterampilan Percakapan	121
11.2.5	E. Strategi Praktis untuk Komunikasi Berisiko Tinggi	122
11.2.6	F. Membangkitkan Kreativitas Pribadi	122
11.3	III. Poin-Poin Slides Pendukung	123
11.4	IV. 10 Soal Kuis	125
11.4.1	Kuis 1 (Soal 1 - 5)	125
11.4.2	Kuis 2 (Soal 6 - 10)	126
12	Kuliah 7	127
13	Kuliah 8	128
14	Kuliah 9	129
15	Kuliah 10	130
16	Kuliah 11	131
17	Kuliah 12	132
18	Kuliah 13	133
19	Summary	134
	References	135

Selamat Datang

SILABUS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah: Komunikasi Interpersonal dan Publik **Kode Mata Kuliah:** II2100 **SKS:** 2 **Penyelenggara:** Sistem dan Teknologi Informasi / STEI **Semester:** Ganjil 2025/2026 **Dosen Pengampu:** Armein Z. R. Langi

Kuliah ONLINE Gabungan K01 dan K03 Selasa, 15:00-17:00 <https://meet.google.com/afj-qgdo-wxr>

II-2100 Komunikasi Interpersonal dan Publik Tuesday, 3:00 – 5:00pm Time zone: Asia/Jakarta
Google Meet joining info Video call link: <https://meet.google.com/afj-qgdo-wxr>

Deskripsi Singkat Mata Kuliah: Mata kuliah ini memperkenalkan mahasiswa pada konsep-konsep dasar komunikasi interpersonal dan publik, meliputi komunikasi diri, proses mendengar, penggunaan bahasa verbal dan nonverbal, serta strategi pengelolaan konflik. Selain itu, mata kuliah ini juga membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk mendemonstrasikan keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif, menjelaskan konsep dan mendemonstrasikan keterampilan berbicara di depan umum, serta memahami peran teknologi dalam komunikasi.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK): Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. CPMK-1 Menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal.
2. CPMK-2 Mendemonstrasikan komunikasi interpersonal secara efektif.
3. CPMK-3 Menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik.
4. CPMK-4 Mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan percaya diri.

Metode Pembelajaran:

- Ceramah
- Diskusi
- Tugas individu dan kelompok
- Presentasi

Manfaatkan AI seperti NotebookLM secara maksimal untuk membantu pembelajaran.

Modalitas Pembelajaran:

- Visual sinkron (kuliah tatap muka atau daring langsung)
- Asinkron (video rekaman, materi bacaan, forum diskusi online)

Metode Penilaian:

- Ujian Tengah Semester (UTS) 30%
- Ujian Akhir Semester (UAS) 30%
- Tugas (meliputi partisipasi diskusi, kuis, latihan, presentasi, esai) 40%

Referensi Utama:

1. Berko, Roy, Joan E. Aitken, and Andrew Wolvin. *ICOMM: Interpersonal Concepts and Competencies: Foundations of Interpersonal Communication*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2010.
2. Floyd, Kory. *Interpersonal Communication*. Second Edition. McGraw-Hill, 2011.
3. Adler, Ronald B., Lawrence B. Rosenfeld, and Russell F. Proctor. *Interplay: The Process of Interpersonal Communication*. 14th Edition. Oxford University Press, 2018.
4. Esenwein, J. Berg. *The Art of Public Speaking*. [Sumber tanpa tanggal, digunakan sebagai referensi pendukung untuk Public Speaking].

Belajar adalah Perjalanan

Ada empat tahap perjalanan

- P1: Persiapan: Tahu sedang di mana, mau ke mana dan mengapa
- P2: Presentasi: Penyajian pengetahuan cara mencapai tujuan: Jalan dan Kendaraan
- P3: Praktek: latihan berkendara serta merencana membangun rute perjalanan (itinerary) hingga tiba di tujuan
- P4: Perform. Setelah menetapkan rute yang hendak ditempuh beserta kendaraannya, itinerary ini dijalankan

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Minggu 1: Fondasi Komunikasi Interpersonal

- **Bahan Kajian:** Konsep komunikasi interpersonal.
- **Penjelasan:** Definisi komunikasi sebagai proses yang kompleks dan fundamental. Model komunikasi (linear, interaksional, transaksional), termasuk komponen-komponennya seperti partisipan, konteks, dan tujuan. Pengenalan terhadap kompetensi komunikasi dan pentingnya pemahaman bersama atas makna.
- **Metode:** Ceramah, diskusi kelompok tentang pengalaman komunikasi.
- **Tugas:** Refleksi diri awal mengenai kompetensi komunikasi.

Minggu 2: Komunikasi Diri dan Persepsi

- **Bahan Kajian:** Konsep komunikasi diri.
- **Penjelasan:** **Komunikasi intrapersonal (self-talk)** sebagai dasar perencanaan, evaluasi, dan visualisasi. **Konsep diri (self-concept)**, bagaimana ia berkembang, karakteristiknya, dan pengaruh **self-fulfilling prophecy** terhadap komunikasi. Pembentukan skema mental untuk memproses informasi. Peran persepsi, termasuk pengaruh otak kanan dan kiri dalam mendengarkan dan belajar.
- **Metode:** Ceramah, latihan self-talk, diskusi tentang bias persepsi.
- **Tugas:** Jurnal self-talk dan analisis diri.

Minggu 3-4: Bahasa Verbal: Makna dan Pengaruh

- **Bahan Kajian:** Bahasa lisan.
- **Penjelasan:** Bahasa bersifat simbolis, diatur oleh aturan (fonologi, sintaksis, semantik, pragmatik), dan subjektif. **Hipotesis Sapir-Whorf** yang menyatakan bahasa membentuk pandangan dunia kita. Pengaruh bahasa terhadap identitas, afiliasi, kekuasaan, kesopanan, seksisme, rasisme, presisi, dan tanggung jawab. Variasi bahasa seperti dialek dan contohnya seperti Spanglish. Pentingnya memilih kata yang tepat untuk menghindari kesalahpahaman.
- **Metode:** Ceramah, analisis studi kasus penggunaan bahasa, latihan penulisan yang presisi.
- **Tugas:** Analisis penggunaan bahasa dalam media atau percakapan sehari-hari.

Minggu 5-6: Komunikasi Nonverbal: Pesan Tanpa Kata

- **Bahan Kajian:** Komunikasi nonverbal.
- **Penjelasan:** Definisi dan karakteristik komunikasi nonverbal. Dasar komunikasi nonverbal (program neurologis, pengaruh budaya). Hubungan antara isyarat verbal dan nonverbal (mengganti, melengkapi). Bentuk-bentuk komunikasi nonverbal seperti **chronemics (penggunaan waktu)**, termasuk budaya monokronik dan polikronik. Isyarat nonverbal lain seperti sentuhan, bau, estetika, dan rasa. Perilaku nonverbal immediacy.
- **Metode:** Ceramah, demonstrasi perilaku nonverbal, analisis video.
- **Tugas:** Observasi dan analisis komunikasi nonverbal dalam berbagai konteks.

Minggu 7: Mendengarkan Aktif dan Empati

- **Bahan Kajian:** Mendengar.
- **Penjelasan:** Mendengarkan sebagai keterampilan yang dipelajari dan komponen penting dari komunikasi. Gaya mendengarkan yang berbeda (people-oriented, action-oriented, relational, analytical, task, critical). Proses mendengarkan yang sadar (mindful listening) dan berbagai respons mendengarkan (stonewalling, backchanneling, paraphrasing, empathizing, supporting, analyzing, advising).
- **Metode:** Ceramah, latihan mendengarkan aktif (paraphrasing), role-playing.
- **Tugas:** Latihan mendengarkan dalam interaksi sehari-hari dan menulis refleksi.

Minggu 8: UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)

- **Cakupan Materi:** Minggu 1-7.

Minggu 9: Dinamika Hubungan Interpersonal

- **Bahan Kajian:** Hubungan—Defined.
- **Penjelasan:** Definisi hubungan dan mengapa kita membentuknya. Model tahap perkembangan hubungan (Knapp's models: coming together, coming apart, maintenance). **Dialektika relasional** (misalnya, otonomi vs. koneksi) sebagai ketegangan alami dalam hubungan. Peran ekspektasi dan kepuasan dalam hubungan.
- **Metode:** Ceramah, diskusi kelompok tentang dinamika hubungan.
- **Tugas:** Studi kasus dinamika hubungan.

Minggu 10: Komunikasi dalam Hubungan Dekat (Keluarga dan Pertemanan)

- **Bahan Kajian:** Definisi keluarga.
- **Penjelasan:** Komunikasi dalam pertemanan (jenis pertemanan, perbedaan gender, media sosial dalam pertemanan). Komunikasi dalam keluarga (definisi keluarga, menciptakan keluarga).

melalui komunikasi, pola komunikasi keluarga seperti orientasi percakapan dan konformitas). Ekspresi cinta melalui “love languages”. Hubungan romantis dan peran komunikasi digital.

- **Metode:** Ceramah, berbagi pengalaman, diskusi kelompok tentang pola komunikasi keluarga.
- **Tugas:** Analisis pola komunikasi dalam hubungan dekat.

Minggu 11: Mengelola Konflik dalam Komunikasi

- **Bahan Kajian:** Mengelola konflik.
- **Penjelasan:** Konsep dan jenis resolusi konflik (win-lose, lose-lose, win-win). Strategi komunikasi asertif. **Iklim komunikasi (communication climate)** dan perannya dalam konflik. Mengembangkan iklim yang suportif vs. defensif, termasuk faktor-faktor penyebabnya. Pola demand/withdraw dalam konflik.
- **Metode:** Ceramah, simulasi konflik dan resolusi, latihan membangun iklim komunikasi suportif.
- **Tugas:** Perencanaan strategi resolusi konflik untuk skenario tertentu.

Minggu 12: Fondasi Berbicara di Depan Umum

- **Bahan Kajian:** Presentasi untuk khalayak umum atau luas.
- **Penjelasan:** Sejarah bidang komunikasi yang berfokus pada berbicara di depan umum. Mengembangkan keberanian dan rasa percaya diri dalam berbicara di depan umum melalui persiapan yang memadai. Pentingnya memahami audiens dan menghindari monoton. Struktur pidato dasar (menyatakan fakta, berargumen, seruan untuk bertindak). Prinsip “short speeches”.
- **Metode:** Ceramah, latihan singkat presentasi individu, diskusi mengatasi kecemasan berbicara.
- **Tugas:** Persiapan outline pidato persuasif.

Minggu 13: Seni Presentasi dan Bercerita (Storytelling)

- **Bahan Kajian:** Presentasi untuk khalayak umum atau luas.
- **Penjelasan:** Membangun pidato yang menarik, memanfaatkan elemen storytelling dalam presentasi untuk menyampaikan ide kompleks dan membangun koneksi. Keterampilan presentasi yang efektif, termasuk penggunaan vokal dan isyarat nonverbal dalam menyampaikan pesan di depan publik.
- **Metode:** Ceramah, analisis video presentasi yang efektif, latihan presentasi dengan fokus storytelling.
- **Tugas:** Menyampaikan pidato singkat di depan kelas dengan elemen storytelling.

Minggu 14: Teknologi Komunikasi dan Dampaknya

- **Bahan Kajian:** Teknologi komunikasi.
- **Penjelasan:** Peran teknologi dalam komunikasi interpersonal dan publik. **Komunikasi bermediasi komputer (CMC)** dan implikasinya (online education, jejaring sosial, texting, email, IMing). Dampak media sosial terhadap kualitas hubungan dan manajemen kesan online. Konsep **multimodality** (kemampuan menggunakan berbagai saluran komunikasi). Tantangan seperti kecanduan texting, cyberbullying, dan phubbing.
- **Metode:** Ceramah, diskusi tentang etika komunikasi digital, analisis studi kasus.
- **Tugas:** Esai reflektif tentang dampak teknologi pada komunikasi personal.

Minggu 15: Review dan Aplikasi Keterampilan

- **Bahan Kajian:** Integrasi seluruh bahan kajian.
- **Penjelasan:** Sesi ini didedikasikan untuk meninjau kembali semua konsep dan keterampilan yang telah dipelajari. Mahasiswa akan mendapatkan kesempatan untuk mempraktikkan keterampilan komunikasi interpersonal dan publik secara terintegrasi melalui simulasi atau presentasi akhir.
- **Metode:** Diskusi terbuka, latihan simulasi, presentasi akhir (jika dialokasikan).
- **Tugas:** Persiapan UAS, menyelesaikan tugas akhir (jika ada).

Minggu 16: UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)

- **Cakupan Materi:** Minggu 1-14, dengan penekanan pada materi setelah UTS.

Asesmen Pencapaian CPMK

Warning

Petunjuk asesmen ini masih dalam pengerjaan, sehingga perlu dikunjungi secara berkala untuk mendapatkan petunjuk terkini.

Pencapaian tujuan komunikasi akan semakin berhasil bila kita memiliki daya tarik. Sebaliknya juga berlaku bahwa komunikasi bermaksud memperkuat daya tarik.

Dalam kuliah ini, daya tarik personal timbul apabila kita mengkomunikasikan sosok yang interesting, cerdas, dan berpengaruh. Cara mengkomunikasikannya adalah dengan menyampaikan pengalaman hidup kita, pemahaman kita, pendapat kita, dan karya kita. Tugas-tugas ini dimaksudkan untuk berlatih mengekspresikan daya tarik.

Petunjuk Asesmen

! Important

Petunjuk:

1. Baca petunjuk ini
2. Fork repositori [All About Me](https://github.com/II-2100/all-about-me.git) atau <https://github.com/II-2100/all-about-me.git>
3. simpan hasil laporan tugas anda pada repositori tersebut
4. publish bagian yang hendak di asses melalui portal page
5. submit URL portal page ke URL Submisi: <https://forms.office.com/r/pbUdPnGN3h>

Konsep Penguasaan Kompetensi

Berikut adalah konsep asesmen untuk mata kuliah II 2100 Komunikasi Interpersonal dan Publik, yang dirancang untuk mengukur pencapaian Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) secara komprehensif, dilengkapi dengan rubrik lima level pencapaian.

Mata kuliah II 2100 “Komunikasi Interpersonal dan Publik” bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan - **menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal (CPMK-1)**, - **mendemonstrasikan komunikasi interpersonal secara efektif (CPMK-2)**, - **menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik (CPMK-3)**, dan - **mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan percaya diri (CPMK-4)**. Filosofi dasar perkuliahan ini adalah bahwa komunikasi pribadi berperan penting dalam **membentuk konsep diri yang otentik, mengekspresikan diri untuk daya tarik pribadi, serta membangun dan mengembangkan relasi yang berhasil dengan *significant other***. Relasi pribadi ini kemudian menjadi **dasar untuk berkomunikasi secara publik, yang menuntut otentisitas, kepercayaan, ketulusan, kejujuran, kompetensi, dan logika gagasan** (yang dikenal sebagai *pathos*, *ethos*, dan *logos*) pada pendengar.

Di era Artificial Intelligence (AI), mahasiswa dianjurkan memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Bukti Kompetensi

Bentuk-bentuk Asesmen: Untuk mengukur CPMK tersebut, asesmen akan menggunakan beberapa bentuk penilaian, yaitu:

1. **Kuis Materi Topik Setiap Minggu (Q-1 s/d Q-14):** Mengukur pemahaman konseptual dari 14 topik perkuliahan yang disampaikan setiap minggu.
2. **Ujian Tengah Semester (UTS-1 s/d UTS-5):** Fokus pada proyek demonstrasi komunikasi personal
 1. UTS-1 All About Me, berisikan pesan yang memperkenalkan sosok diri kita
 2. UTS-2 Song for you, berisikan pesan berbentuk puisi, lagu, dan/atau viodeo clip
 3. UTS-3 My Stories for You, berisikan kisah inspiratif dan menarik yang Anda ingin bagikan dengan pribadi lain
 4. UTS-4 My Shape, berisikan laporan siapa Anda berdasar hasil sebuah lembar kerja
 5. UTS-5 My Personal Review, berisikan telaahan pesan personal berdasarkan rubrik
3. **Ujian Akhir Semester (UAS-1 s/d UAS-5):** Fokus pada proyek demonstrasi komunikasi inspiratif publik yang mengaplikasikan konsep interpersonal.
 1. UAS-1 My Concepts,
 2. UAS-2 My Opinions,
 3. UAS-3 My Innovations, berisikan desain suatu produk atau layanan yang membangun kapasitas dan efektivitas
 4. UAS-4 My Knowledge, berisikan pengetahuan dan pembelajaran bagi masyarakat atas suatu topik dalam kuliah ini
 5. UAS-5 My Professional Reviews, berisikan telaahan pesan publikl berdasarkan rubrik.

Table 1: Tabel daftar bentuk asesmen, jadwal soft deadline, CPMK yang diukur serta bobot penilaian dalam skala 100.

Jenis	Asesmen	Soft Deadline Minggu ke	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3	CPMK-4
Kuiz	Q1-Q7		14			
Kuiz	Q8-Q14				14	
UTS-1	All About Me	4		6		
UTS-2	My Song for You	5		7		
UTS-3	My Stories for You	6		7		
UTS-4	My Shape	7		6		

Jenis	Asesmen	Soft Deadline Minggu ke	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3	CPMK-4
UTS-5	My Personal Review	8	10			
UAS-1	My Concepts	12				6
UAS-2	My Opinions	13				6
UAS-3	My Innova- tions	14				7
UAS-4	My Knowledge	15				7
UAS-5	My Profes- sional Review	16			10	
			24	26	24	26

****Kuis Materi Topik Setiap Minggu (Q-1 s/d Q-7)**

Pada materi setiap minggu, terdapat Kuiz yang perlu dikerjakan melalui Situs Microsoft Form.

****Kuis Materi Topik Setiap Minggu (Q-8 s/d Q-14)**

Pada materi setiap minggu, terdapat Kuiz yang perlu dikerjakan melalui Situs Microsoft Form.

UTS-1 All About Me

Berisikan pesan yang memperkenalkan sosok diri kita. Meskipun komunikasi bhersifat pribadi, hendaknya informasi yang sensitif atau yang bersifat rahasia bank (seperti tanggal lahir dan nama ibu kandung) tidak ditayangkan

UTS-2 Song for you

Berisikan pesan berbentuk puisi, lagu, dan/atau viideo clip untuk ia atau mereka yang kita anggap relasi intim. Penggunaan AI akan mempercepat proses pembuatannya, namun otensitas dan signature pribadi sangat penting untuk keberhasilan pesan ini.

UTS-3 My Stories for You,

Berisikan kisah inspiratif dan menarik yang Anda ingin bagikan dengan pribadi lain. Gunakan rubrik **terlampir**

UTS-4 My Shape,

Berisikan laporan siapa Anda berdasar, Piagam Diri dan Identitas Naratif, hasil sebuah lembar kerja **My SHAPE**

UTS-5 My Personal Review,

Berisikan telahan pesan personal berdasarkan rubrik, Sebagaimana **PETUNJUK ini**. Rubrik untuk My Stories ada di **sini**

UAS-1 My Concepts,

Berisikan suatu penjelasan atas suatu fenomena yang penting, dengan tujuan untuk mengkomunikasikan keistimewaan pengetahuan yang kita miliki. Penjelasan singkat apa itu konsep dapat di lihat di sini: https://youtu.be/DxK-_0AzHiw?si=5lpAur3wWtiOyUDV

UAS-2 My Opinions,

Berisikan suatu pandangan mengenai bagaimana sikap, keputusan, atau tindakan terbaik yang harus diambil dalam menghadapi suatu kondisi atau perkembangan

UAS-3 My Innovations

Berisikan desain suatu produk atau layanan yang membangun kapasitas dan efektivitas berkomunikasi KIPP

UAS-4 My Knowledge,

Berisikan pengetahuan dan pembelajaran bagi masyarakat atas suatu topik dalam kuliah ini

UAS-5 My Professional Reviews

Berisikan telaahan pesan publikl berdasarkan rubrik.

Teknis Pelaksanaan, Pengumpulan, dan Penilaian

Repositori Github

Dianjurkan setiap peserta memanfaatkan Github untuk meng-host portfolio karya laporan tugas. Untuk itu setiap peserta dapat mem-fork repositori [contoh](https://II-2100.github.io/all-about-me) dan menggunakan nya sebagai template <https://II-2100.github.io/all-about-me>. Meskipun demikian, peserta dapat menggunakan platform lain untuk menyimpan hasil tugas nya.

Pada Table 1 di cantumkan juga soft-deadline, yaitu jadwal pengumpulan tugas. Hard deadline UTS dan UAS masing-masing ada pada UTS-5 dan UAS-10., berarti semua tugas sudah harus tersubmit sebelum hard-deadline

Link ke halaman utama dari tugas Anda hendaknya dilaporkan di <https://forms.office.com/r/pbUdPnGN3h>. Sebelum dilaporkan, pastikan

RUBRIK PENILAIAN CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK) II 2100

Level Pencapaian:

- 0. Tidak tercapai
- 1. Kurang tercapai
- 2. Hampir tercapai

- 3. Tercapai
- 4. Melampaui

CPMK-1: Menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal.

Definisi: Kemampuan untuk memahami, mendefinisikan, dan menguraikan teori, model, serta elemen kunci dari komunikasi interpersonal secara akurat dan mendalam, termasuk konsep diri, persepsi, bahasa verbal dan nonverbal, mendengarkan, emosi, relasi, konflik, penipuan, iklim komunikasi, dan *beautiful person*. **Asesmen Terkait:** Q-1 s/d Q-14, UAS Bagian A (pengembangan gagasan konseptual), UAS Bagian B (evaluasi konsep dalam pesan publik), UAS Bagian C (evaluasi pesan pribadi berdasarkan konsep).

Level	Deskripsi Pencapaian
0. Tidak tercapai	Mahasiswa gagal menjelaskan konsep dasar komunikasi interpersonal dalam kuis mingguan (Q-1 s/d Q-14) atau dalam pengembangan konsep untuk pesan inspiratif publik (UAS Bagian A). Penjelasan yang diberikan tidak akurat, tidak relevan , atau tidak ada sama sekali . Dalam evaluasi pesan (UAS Bagian B dan C), mahasiswa tidak dapat mengidentifikasi atau mengkritisi penerapan konsep-konsep komunikasi interpersonal.
1. Kurang tercapai	Mahasiswa menunjukkan pemahaman terbatas atau parsial terhadap konsep-konsep komunikasi interpersonal. Penjelasan dalam kuis atau tugas (Q-1 s/d Q-14, UAS Bagian A) seringkali kurang jelas, dangkal, atau mengandung beberapa ketidakakuratan . Dalam evaluasi pesan (UAS Bagian B dan C), mahasiswa kesulitan menganalisis konsep yang digunakan dalam pesan.
2. Hampir tercapai	Mahasiswa menunjukkan pemahaman dasar yang cukup terhadap konsep-konsep komunikasi interpersonal. Penjelasan dalam kuis atau tugas (Q-1 s/d Q-14, UAS Bagian A) umumnya akurat tetapi kurang mendalam atau kurang terstruktur . Dalam evaluasi pesan (UAS Bagian B dan C), mahasiswa mampu mengidentifikasi konsep, tetapi kurang mampu menjelaskan implikasinya secara mendalam.

Level	Deskripsi Pencapaian
3. Tercapai	Mahasiswa secara jelas dan akurat menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal, model, dan elemen-elemennya dalam kuis (Q-1 s/d Q-14) dan pengembangan konsep (UAS Bagian A). Penjelasan terstruktur dan relevan . Dalam evaluasi pesan (UAS Bagian B dan C), mahasiswa mampu menganalisis dan mengaitkan penerapan konsep-konsep interpersonal dengan efektivitas pesan.
4. Melampaui	Mahasiswa menjelaskan konsep-konsep komunikasi interpersonal dengan sangat komprehensif, akurat, dan mendalam . Penjelasan tidak hanya detail tetapi juga menunjukkan keterkaitan antar konsep dan implikasi praktisnya secara inovatif. Dalam evaluasi pesan (UAS Bagian B dan C), mahasiswa memberikan analisis yang kritis, nuansa, dan wawasan baru mengenai penerapan konsep-konsep komunikasi interpersonal dan efektivitasnya.

CPMK-2: Mendemonstrasikan komunikasi interpersonal secara efektif.

Definisi: Kemampuan untuk secara praktis menerapkan prinsip-prinsip komunikasi interpersonal dalam berbagai konteks, termasuk membangun konsep diri yang otentik, mengekspresikan diri, membentuk dan memelihara relasi pribadi, mengelola konflik, dan berinteraksi konstruktif. Hal ini ditunjukkan melalui kualitas pesan yang dihasilkan atau dievaluasi. **Asesmen Terkait:** UTS-1 s/d UTS-5 (pembuatan pesan publik yang menginspirasi tentang kompetensi interpersonal), UAS Bagian A (pembuatan pesan inspiratif publik yang menunjukkan pemahaman dan aplikasi kompetensi interpersonal), UAS Bagian C (evaluasi efektivitas pesan pribadi dalam membangun relasi, menyelesaikan konflik, berinteraksi di *chat*, dan romansa).

Level	Deskripsi Pencapaian
0. Tidak tercapai	Mahasiswa gagal mendemonstrasikan pemahaman tentang komunikasi interpersonal yang efektif, terlihat dari pesan publik (UTS, UAS Bagian A) yang tidak otentik, tidak memiliki daya tarik pribadi, atau tidak mampu membangun relasi dengan audiens. Dalam evaluasi pesan pribadi (UAS Bagian C), mahasiswa tidak mampu mengidentifikasi efektivitas atau inefektivitas pesan dalam konteks yang diberikan.
1. Kurang tercapai	Mahasiswa menunjukkan upaya terbatas dalam mendemonstrasikan komunikasi interpersonal yang efektif. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) kurang otentik, kurang menarik, atau efektivitasnya dalam membangun relasi sangat rendah . Dalam evaluasi pesan pribadi (UAS Bagian C), mahasiswa mengidentifikasi beberapa aspek efektivitas namun analisisnya dangkal atau seringkali tidak tepat .
2. Hampir tercapai	Mahasiswa mulai menunjukkan kemampuan mendemonstrasikan komunikasi interpersonal yang efektif. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) cukup otentik dan menarik , serta memiliki potensi untuk membangun relasi . Dalam evaluasi pesan pribadi (UAS Bagian C), mahasiswa mampu mengidentifikasi aspek-aspek kunci efektivitas, namun penjelasannya belum konsisten atau kurang mendalam .

Level	Deskripsi Pencapaian
3. Tercapai	Mahasiswa secara efektif mendemonstrasikan komunikasi interpersonal melalui pesan publik (UTS, UAS Bagian A) yang otentik, memiliki daya tarik pribadi , dan mampu membangun relasi yang kuat dengan audiens. Pesan tersebut menunjukkan aplikasi prinsip-prinsip komunikasi interpersonal secara tepat (misalnya, dalam pengelolaan emosi, resolusi konflik, dsb.). Dalam evaluasi pesan pribadi (UAS Bagian C), mahasiswa menganalisis efektivitas pesan dengan akurat dan memberikan alasan yang kuat .
4. Melampaui	Mahasiswa mendemonstrasikan komunikasi interpersonal dengan sangat efektif dan inspiratif . Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) luar biasa otentik, sangat menarik, dan menciptakan koneksi mendalam dengan audiens, bahkan berpotensi memicu perubahan perilaku atau pemikiran. Dalam evaluasi pesan pribadi (UAS Bagian C), mahasiswa memberikan analisis yang sangat tajam, nuansa, dan saran inovatif untuk meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal.

CPMK-3: Menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik.

Definisi: Kemampuan untuk memahami dan menguraikan teori, elemen, dan strategi berbicara di depan publik secara akurat dan mendalam, termasuk penggunaan *pathos*, *ethos*, dan *logos*, serta teknik retorika, persiapan, dan struktur pidato. **Asesmen Terkait:** Q-1 s/d Q-14 (terutama kuis minggu 12-13 tentang public speaking), UAS Bagian A (pengembangan konsep, opini, dan intisari pesan publik), UAS Bagian B (evaluasi konsep dan opini dalam pesan publik orang lain).

Level	Deskripsi Pencapaian
0. Tidak tercapai	Mahasiswa gagal menjelaskan konsep dasar berbicara di depan publik dalam kuis (Q-1 s/d Q-14) atau dalam pengembangan konsep pesan publik (UAS Bagian A). Penjelasan yang diberikan tidak akurat, tidak relevan , atau tidak ada sama sekali . Dalam evaluasi pesan publik (UAS Bagian B), mahasiswa tidak dapat mengidentifikasi atau mengkritisi penerapan <i>pathos</i> , <i>ethos</i> , dan <i>logos</i> .
1. Kurang tercapai	Mahasiswa menunjukkan pemahaman terbatas atau parsial terhadap konsep-konsep berbicara di depan publik. Penjelasan dalam kuis atau tugas (Q-1 s/d Q-14, UAS Bagian A) seringkali kurang jelas, dangkal, atau mengandung beberapa ketidakakuratan . Dalam evaluasi pesan publik (UAS Bagian B), mahasiswa kesulitan menganalisis penggunaan elemen retorik.
2. Hampir tercapai	Mahasiswa menunjukkan pemahaman dasar yang cukup terhadap konsep-konsep berbicara di depan publik. Penjelasan dalam kuis atau tugas (Q-1 s/d Q-14, UAS Bagian A) umumnya akurat tetapi kurang mendalam atau kurang terstruktur . Dalam evaluasi pesan publik (UAS Bagian B), mahasiswa mampu mengidentifikasi <i>pathos</i> , <i>ethos</i> , dan <i>logos</i> , namun kurang mampu menjelaskan efektivitasnya secara mendalam.
3. Tercapai	Mahasiswa secara jelas dan akurat menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik, termasuk elemen retorik (<i>pathos</i> , <i>ethos</i> , <i>logos</i>), persiapan, dan struktur pidato. Penjelasan dalam kuis (Q-1 s/d Q-14) dan pengembangan konsep terstruktur dan relevan . Dalam evaluasi pesan publik, mahasiswa mampu menganalisis dan mengaitkan penggunaan konsep <i>public speaking</i> dengan efektivitas pesan.

Level	Deskripsi Pencapaian
4. Melampaui	Mahasiswa menjelaskan konsep-konsep berbicara di depan publik dengan sangat komprehensif, akurat, dan mendalam. Penjelasan tidak hanya detail tetapi juga menunjukkan keterkaitan antar konsep, nuansa budaya, dan implikasi praktisnya secara inovatif. Dalam evaluasi pesan publik (UAS Bagian B), mahasiswa memberikan analisis yang kritis, cermat, dan wawasan baru mengenai strategi retorik dan efektivitas pesan.

CPMK-4: Mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan percaya diri.

Definisi: Kemampuan untuk menyampaikan pesan di depan publik dengan vokal, nonverbal, dan persiapan yang baik, sehingga audiens terinspirasi dan tujuan komunikasi tercapai. Ini mencakup proyeksi otentisitas, kredibilitas, ketulusan, dan logika gagasan. **Asesmen Terkait:** UTS-1 s/d UTS-5 (pembuatan video pesan publik), UAS Bagian A (pembuatan pesan inspiratif publik dalam bentuk poster atau video *reel*, dengan video *reel* mendapat skor lebih tinggi). Kriteria UTS mencakup “Narasi verbal kuat”, “Ekspresi nonverbal efektif”, dan “Tayangan video ... berhasil mencapai tujuan”.

Level	Deskripsi Pencapaian
0. Tidak tercapai	Mahasiswa gagal mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) tidak efektif atau tidak dipahami oleh audiens, dengan kurangnya kepercayaan diri, verbal yang lemah, atau nonverbal yang tidak mendukung. Tayangan video mengandung gangguan atau kesalahan signifikan yang mengalihkan perhatian.

Level	Deskripsi Pencapaian
1. Kurang tercapai	Mahasiswa menunjukkan upaya minimal dalam mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) kurang jelas atau kurang meyakinkan , dengan kepercayaan diri yang rendah, verbal yang kaku, atau nonverbal yang kurang relevan . Tayangan video masih memiliki beberapa gangguan yang mengurangi fokus audiens.
2. Hampir tercapai	Mahasiswa mulai menunjukkan kemampuan berbicara di depan publik dengan cukup baik. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) cukup jelas dan dapat dimengerti , dengan tingkat kepercayaan diri yang memadai, verbal yang terstruktur, dan nonverbal yang cukup mendukung . Tayangan video umumnya lancar namun ada ruang untuk perbaikan dalam kualitas penyajian.
3. Tercapai	Mahasiswa secara efektif mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan percaya diri . Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) disampaikan dengan jelas, meyakinkan, dan mampu menginspirasi audiens. Verbal (narasi) kuat dan terstruktur , dan ekspresi nonverbal efektif mendukung pesan . Tayangan video disajikan dengan kualitas tinggi dan minim gangguan , sehingga fokus audiens terjaga.

Level	Deskripsi Pencapaian
4. Melampaui	Mahasiswa mendemonstrasikan kemampuan berbicara di depan publik dengan sangat mahir, karismatik, dan penuh percaya diri. Pesan publik (UTS, UAS Bagian A) luar biasa inspiratif, sangat persuasif, dan meninggalkan kesan mendalam pada audiens. Narasi verbal sangat kuat, menggunakan retorika yang cerdas dan pemilihan kata yang menggigit, serta ekspresi nonverbal sangat alami, ekspresif, dan memperkuat otentisitas. Tayangan video disajikan dengan kreativitas dan profesionalisme yang luar biasa, memaksimalkan dampak pesan.

Berikut **rubrik penilaian** untuk setiap tugas UTS (mid-term) dan UAS (final) mata kuliah **II-2100 Interpersonal & Public Communication.** Skala 1–5 (1 = Buruk, 5 = Sangat Baik). Tidak ada bagian “My Personal Review” atau “My Professional Review”.

UTS-1: Daya Tarik (Attractiveness)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Orisinalitas	Narasi menghadirkan sudut pandang sangat unik tentang daya tarik interpersonal.	Ada gagasan cukup orisinal, sedikit klise.	Beberapa unsur orisinal, namun banyak tema umum.	Prediktabel, orisinalitas rendah.	Klise, tanpa unsur baru.
Keterlibatan	Menarik dari awal hingga akhir, menjaga atensi audiens.	Umumnya menarik, ada beberapa momen kuat.	Cukup menarik; sesekali kehilangan atensi.	Sulit mempertahankan atensi; konten kurang menggugah.	Tidak menarik dan tidak memikat audiens.

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Humor	Humor tepat waktu, relevan, efektif ; sering memicu tawa.	Humor baik , beberapa momen lucu.	Humor cukup ; sebagian berhasil, sebagian tidak.	Humor terasa dipaksakan/tidak tepat , jarang berhasil.	Humor tidak efektif/tidak ada .
Wawasan (Insight)	Memberi pemahaman mendalam tentang daya tarik; ada pesan kuat.	Pesan/insight jelas , meski tidak sangat mendalam.	Ada pesan umum, dampak terbatas .	Berusaha memberi pesan, tetapi dangkal/tidak jelas.	Tanpa insight yang bermakna.

UTS-2: Pembentukan Ikatan (Bonding)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Orisinalitas	Ikatan digambarkan dengan cara sangat unik dan segar.	Cukup orisinal , minim klise.	Ada unsur orisinal, namun banyak pola umum .	Prediktabel , sedikit unsur baru.	Klise , tanpa kebaruan.
Keterlibatan	Sangat memikat dari awal hingga akhir.	Menarik di sebagian besar bagian.	Cukup menarik; sesekali datar.	Kurang memikat; banyak bagian lemah.	Tidak memikat sama sekali.
Humor	Konsisten efektif , relevan, waktunya pas.	Umumnya baik , beberapa momen berhasil.	Cukup ; sebagian berhasil.	Dipaksakan/tidak relevan ; jarang berhasil.	Tidak efektif/tidak ada .
Inspirasi	Sangat menginspirasi , kesan mendalam tentang kekuatan koneksi.	Cukup menginspirasi , ada momen kuat.	Ada unsur inspiratif, dampak terbatas .	Berusaha menginspirasi, namun dangkal.	Tidak menginspirasi.

UTS-3: Pembentukan Ikatan (Lanjutan/Continuation)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Orisinalitas	Pengembangan cerita sangat unik dan segar.	Lanjutan cukup orisinal , minim klise.	Ada unsur baru, namun banyak pola umum .	Prediktabel , sedikit kebaruan.	Tidak ada pengembangan baru.
Keterlibatan	Sangat memikat dan konsisten menjaga atensi.	Menarik dengan beberapa jeda kecil.	Cukup menarik; ritme naik-turun.	Kurang menarik; mudah kehilangan atensi.	Tidak menarik.
Pengembangan Narasi	Sambung rapi dengan bagian awal; menunjukkan pertumbuhan/resolusi hubungan yang jelas.	Terkait baik dengan bagian awal; beberapa aspek kurang dieksplor.	Melanjutkan cerita, namun ada ketidaksi-larasan atau progres kurang jelas.	Hubungan longgar dengan bagian awal; pengembangan ikatan lemah.	Terputus dari cerita awal; tanpa perkembangan bermakna.
Inspirasi	Sangat menginspirasi tentang kekuatan ikatan.	Cukup menginspirasi , ada momen kuat.	Ada unsur inspiratif, resonansi terbatas .	Berusaha menginspirasi tapi dangkal.	Tidak menginspirasi.

UTS-4: Penemuan Diri yang Autentik (Authentic Self Discovery)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Orisinalitas	Perspektif penemuan diri sangat unik dan segar.	Cukup orisinal , sedikit unsur umum.	Ada unsur orisinal, namun banyak tema umum .	Prediktabel , minim orisinalitas.	Klise , tanpa kebaruan.
Keterlibatan	Memikat dari awal hingga akhir.	Menarik dengan beberapa momen kuat.	Cukup menarik; ada bagian datar.	Kurang memikat; konten kurang menggugah.	Tidak memikat.
Keautentikan	Sangat jujur & rentan , mengungkapkan kebenaran diri yang mendalam.	Jujur dan tulus; ada bagian yang masih umum.	Cukup jujur , masih di permukaan.	Cukup dangkal/tertutup , minim refleksi personal.	Tidak autentik , tanpa refleksi diri.
Inspirasi	Sangat menginspirasi, dampak emosional kuat.	Cukup menginspirasi , beberapa momen menyentuh.	Ada unsur inspiratif; dampak terbatas .	Berusaha menginspirasi; dampak lemah.	Tidak menginspirasi.

UAS-1: Penjelasan Konsep (Concept Explanation)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Kejelasan	Sangat jelas , tanpa ambiguitas.	Jelas , ada ambiguitas kecil yang tidak mengganggu.	Umumnya jelas , beberapa bagian membingungkan .	Banyak bagian tidak jelas , sulit dipahami.	Tidak jelas dan ambigu.
Logika	Struktur sangat koheren , penalaran kuat.	Logis , ada celah kecil.	Cukup logis , koherensi kadang terganggu.	Banyak cacat logika/koherensi.	Tidak logis/inkohoren .

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Validitas (Bukti/Contoh)	Dukungan bukti/ilusi separang kuat.	Dukungan cukup kuat , ada bagian kurang.	Ada dukungan, namun banyak bagian kurang bukti.	Minimal dukungan; mayoritas klaim tanpa dasar.	Tanpa dukungan kredibel.
Kegunaan	Aplikasi praktis jelas & signifikan.	Aplikasi baik dan bermanfaat.	Ada aplikasi, manfaat terbatas.	Aplikasi sedikit dan manfaat kecil.	Tidak ada aplikasi/manfaat jelas.

UAS-2: Esai Opini (Opinion Essay)

Kriteria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Menarik (Compelling)	Langsung memikat dan konsisten menjaga perhatian.	Menarik , argumen solid.	Agak menarik , perhatian kadang turun.	Ada momen menarik, umumnya kurang memikat.	Gagal menarik perhatian.
Informatif	Sangat kaya informasi & wawasan mendalam.	Cukup kaya , memberi beberapa wawasan.	Dasar informasi; kurang mendalam.	Informasi terbatas/dangkal.	Minim atau tidak relevan.
Persuasif	Argumen sangat meyakinkan , bukti & nalar kuat.	Argumen jelas & meyakinkan.	Argumen ada , daya bujuk terbatas.	Berusaha membujuk; bukti/nalar lemah.	Tidak persuasif.
Menggugah (Engaging)	Menggugah emosi & nalar , mengajak mempertimbangkan sudut pandang.	Cukup menggugah , memantik berpikir.	Agak menggugah; koneksi emosional terbatas.	Dampak rendah , sedikit menggugah.	Tidak menggugah.

UAS-3: Presentasi (Individual Presentation)

Krite- ria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Kon- ten	Sangat akurat, relevan, mendalam, didukung bukti/contoh kuat.	Akurat & relevan, ada celah kecil.	Dasar dan cukup akurat; ada kekurangan.	Ter- batas/ku- rang relevan, pemahaman dangkal.	Lemah/tidak relevan, miskin pemahaman.
Or- gan- isasi	Struktur sangat jelas & koheren (pembuka–isi–penutup).	Terstruk- tur baik, transisi kadang kurang mulus.	Struktur dasar; alur kadang membingungkan.	Buruk terstruktur; alur membingungkan.	Tanpa struktur; sulit diikuti.
Penya- jian (De- liv- ery)	Percaya diri, suara jelas, tempo pas, kontak mata & bahasa tubuh sangat baik.	Baik; jelas, ada isu minor.	Cukup; ada masalah nyata (monoton, volume, kontak mata).	Kurang efektif; sering tidak jelas/dis- traktif.	Sangat buruk; tidak terdengar, tanpa kontak mata.
Keter- li- batan Au- diens	Aktif melibatkan audiens sepanjang presentasi.	Baik melibatkan audiens, ada jeda kecil.	Cukup melibatkan; atensi tidak konsisten.	Minim upaya melibatkan audiens.	Tidak melibatkan audiens.

UAS-4: Inovasi (Innovation Proposal)

Krite- ria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Orisi- nali- tas	Gagasan sangat orisinal, terobosan baru.	Orisinal & kreatif, meski membangun ide yang ada.	Ada unsur baru, banyak yang familiar.	Minim kebaruan; banyak daur ulang.	Tidak orisinal.

Krite- ria	5 – Sangat Baik	4 – Baik	3 – Cukup	2 – Kurang	1 – Buruk
Keje- lasan	Paparan sangat jelas & terstruktur , mudah dipahami.	Umumnya jelas , ada kebingungan kecil.	Cukup jelas; beberapa bagian samar.	Membin- gungkan , banyak titik tidak jelas.	Sangat tidak jelas ; sulit dipahami.
Ke- layakan (Fea- sibil- ity)	Sangat layak ; rencana realistis, risiko & tantangan diantisipasi.	Layak , rencana baik; ada detail yang belum tuntas.	Sebagian layak; rencana kurang lengkap/kurang realistis.	Diragukan kelayakannya; isu praktis besar terabaikan.	Tidak layak ; tanpa rencana realistis.
Dampak	Potensi dampak besar bagi komunikasi inter- personal/publik.	Dampak baik , manfaat jelas.	Ada dampak, namun ter- batas/tidak pasti .	Manfaat kecil bagi bidang terkait.	Tanpa manfaat jelas.

hubungan dengan CPMK

Singkatnya: **skor pada rubrik = bukti ketercapaian indikator tugas**, sedangkan **CPMK = capaian akhir pembelajaran mata kuliah**. Jadi, skor rubrik tiap tugas Anda dipetakan ke CPMK yang relevan lalu diagregasi (dengan bobot) untuk menilai apakah CPMK “Tidak tercapai” s.d. “Melampaui”.

Berikut cara praktisnya (disesuaikan dengan laman kuliah II-2100):

1) Peta Tugas → CPMK

Di RPS/Asesmen situs kuliah, CPMK yang dinilai adalah:

- **CPMK-1:** Menjelaskan konsep komunikasi interpersonal.
- **CPMK-2:** Mendemonstrasikan komunikasi interpersonal efektif.
- **CPMK-3:** Menjelaskan konsep public speaking.
- **CPMK-4:** Mendemonstrasikan public speaking percaya diri. ([ii-2100.github.io][1])

Bagian “Asesmen Terkait” menunjukkan evidence untuk tiap CPMK (kuis, UTS, UAS). Intinya:

- **CPMK-1** dinilai terutama lewat pengembangan dan evaluasi konsep pada UAS, plus kuis topik. ([ii-2100.github.io][2])
- **CPMK-2** dinilai lewat proyek UTS (pesan/presentasi personal) dan sebagian UAS (aplikasi interpersonal). ([ii-2100.github.io][2])
- **CPMK-3** dinilai lewat materi/kuis public speaking dan bagian konsep/opini di UAS. ([ii-2100.github.io][2])
- **CPMK-4** dinilai lewat UTS & UAS bagian performa (presentasi/video). ([ii-2100.github.io][2])

Dengan versi tugas Anda (tanpa “Personal/Professional Review”), contoh peta sederhananya:

- **UTS-1 (Attractiveness)** → CPMK-2, CPMK-4
- **UTS-2 (Bonding)** → CPMK-2
- **UTS-3 (Bonding – lanj.)** → CPMK-2
- **UTS-4 (Authentic Self Discovery)** → CPMK-2 (dan CPMK-4 jika ada performa/presentasi)

- **UAS-1 (Concept Explanation)** → CPMK-1, CPMK-3
- **UAS-2 (Opinion Essay)** → CPMK-3 (argumentasi/retorika), bisa mendukung CPMK-1 minor
- **UAS-3 (Presentation)** → CPMK-4 (dan CPMK-3 untuk struktur/retorika)
- **UAS-4 (Innovation)** → CPMK-4 (presentasi/pitch), dapat menyokong CPMK-1/3 jika memuat konsep & argumen

Catatan: Di halaman “Asesmen Pencapaian CPMK” juga ada tabel yang menandai **tiap jenis asesmen dan CPMK yang diukur** (Table 1). Gunakan itu sebagai rujukan saat menetapkan bobot kontribusi tugas ke CPMK. ([ii-2100.github.io][2])

2) Dari Skor Rubrik → Skor CPMK (langkah perhitungan)

Langkah A — Hitung skor tugas Ambil rata-rata skor rubric 1–5 per tugas (atau boboti per kriteria kalau diinginkan).

Langkah B — Normalisasi (opsional tapi rapi)

- Ke 0–100: $\text{Nilai\%} = (\text{SkorRata2} - 1) / 4 \times 100$.

Langkah C — Agregasi ke CPMK

- Tetapkan **bobot kontribusi** setiap tugas ke CPMK yang relevan (mis. UAS-3 mungkin menyumbang 40% ke CPMK-4; UTS-1 20%; dst—sesuaikan kebijakan Anda).
- **Skor CPMK-k** = $\Sigma (\text{bobot_tugas} \rightarrow \text{CPMK-k} \times \text{skor_tugas_terkait})$.

Langkah D — Pemetaan ke Level CPMK (0–4) Situs menegaskan level CPMK: **0 Tidak tercapai, 1 Kurang, 2 Hampir, 3 Tercapai, 4 Melampaui** (dengan deskripsi rinci per CPMK). Anda bisa memetakan nilai akhir CPMK (0–100) ke level, misalnya:

- $<40 \rightarrow 0$, $40-54.9 \rightarrow 1$, $55-69.9 \rightarrow 2$, $70-84.9 \rightarrow 3$, $85 \rightarrow 4$. Atau **langsung** dari skala 1–5: $\text{Level} = \text{round}(\text{rata-rata rubrik}) - 1$ (dibatasi 0–4). Pilih satu metode dan konsisten. ([ii-2100.github.io][2])

3) Hubungan dengan nilai mata kuliah (UTS/UAS/Tugas)

Ini soal **grade** keseluruhan, terpisah dari level CPMK tetapi memakai evidence yang sama. Di RPS: **UTS 30% + UAS 30% + Tugas 40%** → Nilai akhir. CPMK memakai bukti yang sama namun dilaporkan per capaian (0–4) sesuai deskripsi CPMK. ([ii-2100.github.io][1])

Contoh mini (ilustratif)

- UAS-3 (Presentation) rata-rata rubrik = $4.2/5 \rightarrow 80\%$.
 - Misal bobot ke **CPMK-4** = 40%; UTS-1 ke CPMK-4 = 20% (skor 3.8 \rightarrow 70%); UTS-4 ke CPMK-4 = 40% (skor 4.6 \rightarrow 90%).
 - **CPMK-4** = $0.4 \times 80 + 0.2 \times 70 + 0.4 \times 90 = 84\% \rightarrow \text{Level 3 (Tercapai)}$.
-

1 Kuliah 1: Komunikasi Interpersonal

[Video Clips](#)

[Quiz](#)

1.1 Ringkasan Materi

Materi ini membahas berbagai aspek komunikasi interpersonal, dimulai dari tujuan dan pemicunya, hingga karakteristik kompetensi, peran media sosial, dan strategi pengembangan diri. Komunikasi interpersonal dipandang sebagai tuntutan kehidupan, jalan keluar dari masalah, dan cara untuk mengembangkan kualitas hidup.

<https://youtu.be/hGrXqna6gJg?si=H3Zr-1hsT3g0Pgpt> ### Sesi 1: Model Komunikasi Antar Pribadi

- **Tujuan Komunikasi:** Mendapatkan pengertian, persetujuan, dan kemufakatan.
- **Pemicu dan Pemicu Perubahan:** Komunikasi memicu dan dipicu oleh perubahan dalam empat aspek:
 1. **Situasi:** Peristiwa eksternal.
 2. **Kondisi:** Kondisi internal yang dipengaruhi situasi.
 3. **Prospek:** Prediksi masa depan (positif akan dijaga, negatif akan memicu aksi).
 4. **Komunikasi:** Aksi yang paling mudah dilakukan.
- **Pihak yang Terlibat:** Aku (pihak pertama), Engkau (pihak kedua), Dia/Mereka, dan Kita. Komunikasi bertujuan menghasilkan nilai yang menguntungkan bagi keempat pihak.
- **Repertoar Komunikasi:** Bahan persediaan ucapan atau lakon yang perlu disiapkan untuk berbagai kasus, seperti menolong tetangga kecelakaan, menghadapi polisi, menghibur kakak yang di-PHK, wawancara kerja, menagih uang kos, atau menyelesaikan tugas kuliah.
- **Peran Komunikasi Interpersonal:** Tuntutan kehidupan, jalan keluar dari masalah, dan pengembangan kualitas hidup.

1.1.1 Sesi 2: Karakteristik Kompetensi Komunikasi Interpersonal

<https://youtu.be/A4ewFqIeUEE?si=-QA3wXBa9lGLSEpX>

- **Model Komunikasi Transaksional:** Pertukaran pesan interaktif dan adaptif antara dua belah pihak. Pesan dikemas oleh A, dikirim melalui saluran, dan di-“unboxing” oleh B, seringkali dibalas oleh B.
- **Tujuan Komunikasi: Personal:** Membangun relasi, menggunakan bahasa unik yang diciptakan relasi dekat untuk efisiensi.
- **Impersonal:** Tujuan praktis (misalnya melamar pekerjaan), menggunakan bahasa yang dimengerti umum.
- **Perbedaan Personal/Impersonal dengan Private/Publik: Personal/Impersonal:** Terkait dengan relasi.
- **Private:** Tidak ada yang tahu kecuali komunikator.
- **Publik:** Semua orang tahu.
- **Repertoar sebagai Desain Pesan:** Dengan modal model-model ini, kita bisa merancang repertoar (persediaan bahan berbicara) untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan, termasuk merancang pesan dan panggung delivery-nya.

1.1.2 Sesi 3: Bisnis Konten Komunikasi Interpersonal

<https://youtu.be/bRsTpWSSgc8?si=IW9dqY3APcyMdf4K>

1. **Karakteristik Kompetensi Berkomunikasi: Koleksi Repertoar:** Banyak bahan, pesan, dan keterampilan menyampaikan (misalnya koleksi lagu dan cara menyanyikannya).
2. **Adaptabilitas:** Mampu merespons reaksi audiens.
3. **Keterampilan (Skill):** Mampu tampil dengan terampil.
4. **Empati:** Mampu mengambil sudut pandang pihak lain.
5. **Kompleksitas Kognitif:** Kecerdasan berpikir meliputi:
 - **Perceiving:** Berpersepsi.
 - **Thinking:** Mengolah informasi.
 - **Knowing:** Mengingat sesuatu.
 - **Remembering:** Mengingat (mirip knowing).
 - **Judging:** Membuat keputusan.
 - **Problem Solving:** Memecahkan masalah.
1. **Refleksi Diri (Self-assessment):** Untuk mengetahui seberapa kompeten kita berkomunikasi.

1.1.3 Sesi 4: Teknologi Digital dan Komunikasi Interpersonal

https://youtu.be/YewAjHFz_v4?si=7XAtZJhX2g1ExlRV

- **Peran Media Sosial:** Memfasilitasi dan memperkuat komunikasi interpersonal. Mengatasi kelemahan individu dengan “social power” (kekuatan sosial, analogi paduan suara).
- **Kekuatan Media Sosial:** Masukan dari banyak orang, interaksi, sharing konten, kolaborasi.
- **Analogi Komunikasi Online vs. Offline: Interaksi Langsung (Offline):** Seperti tenis (harus balas real-time).
- **Media Sosial (Online):** Seperti catur (bisa menunda jawaban sampai siap).
- **Kaya Nuansa vs. Ramping (Lean): Kaya Nuansa:** Komunikasi tatap muka (suara, gambar, gerak-gerik).
- **Ramping (Lean):** Texting, email, online post (kata-kata ramping, miskin bobot nuansa).
- **Potensi Media Sosial:** Memperkaya dan memenuhi kebutuhan relasi kapan saja, di mana saja.
- Meningkatkan jumlah dan kualitas interaksi.
- Relatif mudah dan tidak rumit.
- **Risiko Media Sosial:** Miskin nuansa, dangkal, basa-basi.
- Spontan dan singkat, tidak hangat (suam-suam kuku).
- Efimeral (singkat), seringkali ilusi belaka.
- **Kompetensi di Dunia Maya: Kehati-hatian:** Ucapan yang di dunia nyata biasa saja bisa terekam dan berbahaya di medsos.
- **Respek:** Menghargai orang lain dan kebutuhan akan perhatian.
- **Sopan:** Sadar banyak orang di sekitar.
- **Keseimbangan:** Antara medsos dan tatap muka (termasuk interaktif seperti Zoom).
- **Manfaatkan Keragaman Multimoda:** (gambar, video, dll).
- **Tugas Pengembangan Diri:** Identifikasi kebutuhan yang dapat dipenuhi melalui komunikasi.
- Pilih situasi, modelkan secara transaksional, terapkan konsep.
- Evaluasi kompetensi (kompeten vs. tidak kompeten) dan tentukan sasaran perbaikan.
- Evaluasi level kompetensi medsos untuk membangun relasi dan cara meningkatkannya.
- Latih repertoar (menyanyi, pidato, storytelling, puisi, dll.) secara konsisten.

1.2 Kuis

(10 Soal Esai Singkat Untuk Di Submit ke <https://forms.office.com/r/WCHBJJiwXc>)

1. Jelaskan empat aspek yang memicu dan dipicu perubahan dalam komunikasi. Berikan contoh singkat untuk setiap aspek.
2. Mengapa komunikasi disebut sebagai “usaha dari komunikator untuk menghasilkan nilai yang menguntungkan bagi keempat pihak”? Sebutkan keempat pihak tersebut.

3. Apa yang dimaksud dengan “repertoar” dalam konteks komunikasi, dan mengapa penting untuk disiapkan?
4. Jelaskan perbedaan mendasar antara model komunikasi transaksional dengan model komunikasi satu arah (misalnya, A mengirim pesan ke B tanpa balasan).
5. Bedakan antara tujuan komunikasi yang bersifat “personal” dan “impersonal” berdasarkan fungsinya.
6. Sebutkan dan jelaskan secara singkat empat dari enam karakteristik kompetensi berkomunikasi yang disebutkan dalam materi.
7. Bagaimana media sosial dapat memfasilitasi dan memperkuat komunikasi interpersonal, terutama dalam mengatasi “kelemahan individu”?
8. Jelaskan analogi komunikasi langsung (offline) sebagai “tenis” dan komunikasi media sosial (online) sebagai “catur”. Apa implikasi dari perbedaan ini?
9. Meskipun memiliki banyak potensi, media sosial juga memiliki risiko dalam komunikasi interpersonal. Sebutkan tiga risiko utama tersebut.
10. Sebutkan tiga sikap atau tindakan yang perlu diperhatikan untuk menjaga kompetensi komunikasi di dunia maya.

Jawaban <https://forms.office.com/r/WCHBJJiwXc> waktu max 5 hari

1.3 Pertanyaan Esai (Pekerjaan Rumah Tidak Perlu di Submit)

1. Analisis kasus tetangga yang mengalami kecelakaan dan membutuhkan pertolongan mobil. Bagaimana Anda akan merancang “repertoar” komunikasi Anda, dengan mempertimbangkan tujuan komunikasi (pengertian, persetujuan, kemufakatan) dan empat pihak yang terlibat?
2. Diskusikan bagaimana konsep “personal versus impersonal” dalam tujuan komunikasi dapat memengaruhi pilihan bahasa dan strategi penyampaian pesan dalam konteks wawancara kerja vs. upaya membangun relasi romantis.
3. Jelaskan secara mendalam bagaimana “kompleksitas kognitif” (perceiving, thinking, knowing, remembering, judging, problem solving) berperan penting dalam meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal seseorang. Berikan contoh bagaimana masing-masing elemen berkontribusi.
4. Bandingkan potensi dan risiko media sosial dalam konteks membangun dan memelihara relasi. Menurut Anda, bagaimana cara mengoptimalkan potensi dan meminimalkan risiko agar media sosial menjadi alat yang efektif untuk komunikasi interpersonal yang berkualitas?
5. Pilih satu situasi di mana Anda pernah berkomunikasi secara tidak kompeten. Analisis situasi tersebut menggunakan konsep-konsep yang dipelajari (misalnya, kurang repertoar, tidak adaptif, kurang empati, dll.) dan rumuskan sasaran-sasaran spesifik untuk perbaikan diri di masa depan.

1.4 Glosarium Istilah Kunci

- **Komunikasi Antar Pribadi (Interpersonal Communication):** Proses pertukaran pesan, makna, dan pemahaman antara dua orang atau lebih, yang bersifat tatap muka atau melalui media, dengan tujuan tertentu.
- **Situasi:** Peristiwa eksternal atau kondisi lingkungan yang terjadi di luar individu dan memengaruhi komunikasi.
- **Kondisi:** Keadaan internal atau psikologis individu yang dipengaruhi oleh situasi.
- **Prospek:** Prediksi atau harapan tentang apa yang akan terjadi di masa depan, baik positif maupun negatif, yang memicu aksi komunikasi.
- **Repertoar:** Persediaan bahan-bahan (ucapan, lakon, strategi) yang siap digunakan dalam berbagai situasi komunikasi.
- **Komunikator:** Pihak yang mengirimkan pesan.
- **Penerima:** Pihak yang menerima dan menafsirkan pesan.
- **Komunikasi Transaksional:** Model komunikasi di mana pengirim dan penerima secara simultan mengirim dan menerima pesan, menciptakan interaksi yang dinamis dan adaptif.
- **Tujuan Personal:** Tujuan komunikasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan relasi dekat, seringkali dengan penggunaan bahasa unik.
- **Tujuan Impersonal:** Tujuan komunikasi yang berfokus pada pencapaian tujuan praktis atau fungsional, menggunakan bahasa yang lebih umum dan formal.
- **Koleksi Repertoar:** Kemampuan untuk memiliki beragam pesan dan keterampilan yang siap digunakan dalam berbagai konteks komunikasi.
- **Adaptabilitas:** Kemampuan komunikator untuk menyesuaikan diri dan merespons reaksi atau umpan balik dari audiens.
- **Empati:** Kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan orang lain, melihat dari sudut pandang mereka.
- **Kompleksitas Kognitif:** Kecerdasan berpikir yang melibatkan berbagai proses mental seperti mempersepsi, berpikir, mengetahui, mengingat, menilai, dan memecahkan masalah.
- **Perceiving (Berpersepsi):** Proses menginterpretasi informasi sensorik dari lingkungan.
- **Thinking (Berpikir):** Proses mengolah dan menganalisis informasi yang ada.
- **Knowing (Mengetahui):** Pemahaman atau kesadaran akan suatu fakta atau informasi.
- **Remembering (Mengingat):** Proses memanggil kembali informasi yang tersimpan dalam memori.
- **Judging (Menilai/Membuat Keputusan):** Proses membentuk opini atau membuat keputusan berdasarkan informasi yang tersedia.
- **Problem Solving (Memecahkan Masalah):** Proses mengidentifikasi masalah dan mencari solusi yang efektif.
- **Refleksi Diri (Self-assessment):** Proses evaluasi diri untuk mengetahui tingkat kompetensi komunikasi dan area yang perlu ditingkatkan.
- **Social Power (Kekuatan Sosial):** Kemampuan individu untuk memanfaatkan dukungan dan kontribusi dari jaringan sosial atau komunitas untuk memperkuat komunikasi.

- **Kaya Nuansa:** Komunikasi yang mengandung banyak isyarat nonverbal (nada suara, ekspresi, gerak-gerik) yang memperkaya makna pesan.
- **Ramping (Lean):** Komunikasi yang miskin nuansa, seperti teks atau email, di mana sebagian besar makna harus disimpulkan dari kata-kata saja.
- **Efimeral:** Sesuatu yang berumur pendek atau cepat berlalu, seperti beberapa bentuk komunikasi di media sosial.
- **Multimoda:** Penggunaan berbagai saluran atau format komunikasi (teks, gambar, video, suara) untuk menyampaikan pesan.

2 Kuliah 2: Memahami Komunikasi Diri dan Pementasan Diri

[Video Clips](#)

[Quiz](#)

2.1 Materi

Berikut adalah materi perkuliahan untuk minggu kedua, berfokus pada **Konsep Komunikasi Diri (Self-Communication Concept)**:

Minggu 2: Konsep Komunikasi Diri (Self-Communication Concept)

2.2 1. Pendahuluan Komunikasi Diri (Intrapersonal Communication)

- **Definisi:** Komunikasi intrapribadi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu.
- Merupakan **dasar** dari bagaimana kita memahami dunia dan berinteraksi dengan orang lain.
- Dapat dianalogikan sebagai **percakapan internal** atau seorang aktor yang berbicara kepada sutradara di balik layar saat latihan atau di belakang panggung.
- Melibatkan berbagai **“roh”** atau **“spirit”** yang bercakap-cakap di dalam diri kita.
 - **Rene Descartes** merumuskan adanya sosok yang berpikir di dalam diri, yang ia sebut **ego**.
 - **Sigmund Freud** mengembangkan konsep ini menjadi tiga jenis roh yang menggunakan *username* yang sama: **ego** (diri yang menyadari, berlogika), **id** (mewakili emosi, keinginan anak kecil yang tidak sabaran), dan **superego** (mewakili hikmat orang dewasa, nasihat yang diterima).
 - Film “Inside Out” menggambarkan **lima spirit emosional dasar** (Joy, Sadness, Anger, Fear, dan Disgust) yang bertugas menyelamatkan kehidupan individu dan sudah ada sejak lahir. Spirit-spirit ini memiliki personalisasi dan saling terjalin (*perikoresis*) membentuk kepribadian.

- Berbagai roh ini, meskipun berbeda, bersatu dalam pengabdian untuk individu; jika jalinan ini pincang, perilaku negatif dapat muncul.

2.3 2. Konsep Diri (Self-Concept)

- **Definisi:** Keseluruhan persepsi kita tentang siapa diri kita.
- **Pembentukan Konsep Diri:**
 - Berkembang dan dipengaruhi oleh orang lain melalui proses “**reflected appraisal**” (penilaian yang direfleksikan), di mana kita melihat diri kita berdasarkan bagaimana kita yakin orang lain memandang kita.
 - Ini termasuk **roh primer** (pendapat orang-orang di sekitar kita seperti orang tua dan teman dekat) dan **roh sekunder** (evaluasi dari orang-orang berpengaruh seperti guru atau tokoh agama).
 - Juga melalui **roh tersier** (perbandingan dengan orang lain) dan **roh kuarternier** (penghargaan atau rujukan seperti piala/piagam yang menandakan kesuksesan).
 - Pada akhirnya, kita sendiri yang **paling bertanggung jawab** dalam membentuk konsep diri kita, meskipun pengaruh komunikasi eksternal pasti besar. Konsep diri akan semakin kuat apabila orang lain mengkonfirmasi hal tersebut.
 - Konsep diri juga dibentuk oleh **budaya dan co-culture** yang meracik roh di dalam diri kita.
 - **Lima pertanyaan besar reflektif**, termasuk “siapa saya”, adalah penting untuk mencapai hidup otentik.
- **Karakteristik Konsep Diri:**
 - Bersifat **dinamis dan dapat berubah**.
 - Bersifat **subjektif**, sehingga bisa berlebihan atau kurang tepat. Ini dapat disebabkan oleh informasi yang kadaluarsa, umpan balik yang terdistorsi, mitos kesempurnaan, dan ekspektasi masyarakat.
 - Konsep diri yang sehat seharusnya **fleksibel** dan tidak kaku. Namun, roh cenderung menolak perubahan, menyebabkan **konservatisme kognitif** di mana kita mencari informasi yang mendukung konsep diri kita.
- **Empat Jenis Roh dalam Konsep Diri** (dari terdalam hingga terluar):
 - **Primer:** Roh kepribadian bawaan kita (Joy, Sadness, dll.).
 - **Sekunder:** Karakter hasil bentukan budaya atau *co-culture*, yang dikenal juga sebagai superego.
 - **Tersier:** Peran dalam pekerjaan atau profesi kita (contoh: dokter, polisi, dosen, pemain bola).
 - **Kuarternier:** Peran atau karakter yang kita mainkan dalam permainan, drama, atau sandiwara (contoh: Ben Kingsley sebagai Mahatma Gandhi).

- Makin ke kanan (dari primer ke kuarternier), makin besar *effort* yang diperlukan untuk menjadi orang lain; makin ke kiri, makin apa adanya. Idealnya, keempat roh ini dikembangkan secara seimbang, tetapi **prioritas utama adalah menjadi diri primer yang otentik.**

2.4 3. Harga Diri (Self-Esteem)

- **Definisi:** Evaluasi subjektif seseorang tentang nilai dan harga dirinya sebagai pribadi.
- **Manfaat dan Kerugian Harga Diri Tinggi atau Rendah:**
 - **Siklus Positif:** Harga diri tinggi membuat seseorang percaya diri, bertindak, berusaha keras, dan akhirnya berhasil, yang kemudian semakin menaikkan harga diri.
 - **Siklus Negatif:** Harga diri rendah membuat seseorang merasa tidak mampu, gampang menyerah, menyimpulkan bahwa ia memang tidak mampu, lalu harga diri semakin merosot.
- **Peran Komunikasi:** Komunikasi berperan besar dalam pembentukan harga diri seseorang.

2.5 4. Presentasi Diri (Image Management / Self-Presentation)

- **Definisi:** Bagaimana individu secara strategis mengkomunikasikan diri untuk mempengaruhi persepsi orang lain, dikenal sebagai **manajemen kesan**. Ini adalah upaya untuk “mementaskan diri” pada lingkaran publik.
- **Tujuan Pementasan Diri:** Ingin menyampaikan sisi positif dan mungkin menyembunyikan sisi negatif dari diri kita.
- **Tiga Versi Diri:** Versi yang sebenarnya, versi yang menurut kita kita itu siapa, dan versi yang ingin kita proyeksikan kepada orang lain.
- **Empat Kemungkinan Jenis Komunikasi dalam Pementasan Diri** (berdasarkan persepsi diri dan proyeksi ke publik):
 - **Kuadran 1:** Kita tahu keistimewaan kita dan memproyeksikannya ke publik (contoh: mempromosikan kelebihan saat wawancara kerja).
 - **Kuadran 2:** Melakukan *self-deprecation* (merendah diri), yaitu tahu kelebihan tapi tidak mengakuinya di depan orang, seringkali agar bisa *fit in* ke dalam suatu komunitas.
 - **Kuadran 3:** Mengkomunikasikan kekurangan dengan jujur, sering untuk membangun **intimasi** atau mencari pertolongan (contoh: ke dokter).

- **Kuadran 4:** Melakukan **pencitraan**, yaitu menampilkan sesuatu yang istimewa padahal sebenarnya tidak benar. Tujuannya bisa positif (misalnya agar orang yang kita kasihi tidak khawatir), netral (misalnya dalam kampanye pemilihan umum), atau negatif (penipuan).
- **Pengelolaan Citra:**
 - Bersifat **kolaboratif dan adaptif**, bergantung pada reaksi orang lain (contoh: menyesuaikan tampilan sesuai lingkungan, seperti saat melamar kerja vs. bergabung dengan komunitas *bikers*).
 - Tiga aspek yang perlu disiapkan saat mementaskan diri: **sopan santun** (kata-kata, gerak-gerik, bahasa tubuh), **pakaian/ornamen** yang mendukung, dan **setting/lingkungan** (background, benda dekoratif).
 - Pencitraan juga bisa **jujur**, di mana kita menampilkan apa adanya, termasuk sesuatu yang bersifat pribadi yang bisa membuat kita jengah, seperti menutupi tubuh dengan pakaian.
- **Konsep “Wajah” (Face)** yang dapat ditunjukkan kepada orang lain:
 - ***Fellowship face***: Keinginan untuk disukai dan diterima.
 - ***Autonomy face***: Keinginan untuk tidak diganggu.
 - ***Competence face***: Keinginan untuk dihormati karena kecerdasan dan kemampuan.
- **Jendela Johari** sebagai model untuk membangun kedekatan:
 - **Area 1 (Open)**: Diri yang kita tahu dan orang lain tahu (daerah “sama-sama tahu”). Kedekatan terjadi jika area ini semakin luas.
 - **Area 2 (Blind)**: Diri kita yang orang lain tahu tapi kita sendiri tidak tahu.
 - **Area 3 (Hidden)**: Rahasia kita yang kita tahu tapi orang lain tidak tahu.
 - **Area 4 (Unknown)**: Fakta tentang diri kita yang kedua pihak sama-sama tidak tahu.
- **Manfaat Penyingkapan Diri (Self-Disclosure):**
 - **Katarsis**: Merasa lega setelah mengungkapkan sesuatu yang dirahasiakan.
 - **Swaklarifikasi**: Menjernihkan keyakinan, opini, pikiran, sikap, dan perasaan sendiri.
 - **Swavalidasi**: Mendapatkan persetujuan dari pendengar tentang sosok kita.
 - **Imbal Balas (Reciprocity)**: Berharap orang lain juga mengungkapkan rahasia mereka kepada kita.
 - **Pembentukan Kesan**: Menarik simpati dari orang lain.
 - **Menjaga dan Meningkatkan Relasi**: Memperluas Area 1 jendela Johari.
 - **Kewajiban Moral**: Agar pihak berkepentingan tahu dan tidak merasa tertipu (contoh: memberitahukan penyakit tertentu).
- **Risiko Penyingkapan Diri:**
 - **Penolakan**.

- Menimbulkan **kesan negatif**.
- Menurunkan **tingkat kepuasan relasi**.
- **Kehilangan pengaruh**.
- **Kehilangan kendali**.
- **Menyakiti orang lain**.
- **Pertimbangan Sebelum Penyingkapan Diri:**
 - Apakah orang lain itu penting bagi kita.
 - Apakah risiko penyingkapan layak diambil dan sebanding dengan manfaatnya.
 - Apakah penyingkapan diri pantas dilakukan pada orang yang tepat.
 - Apakah penyingkapan diri ini akan berbalas dengan penyingkapan diri orang lain.
 - Apakah alasannya konstruktif (membangun).
- **Deception (Berbohong):**
 - Tidak mengungkapkan yang sebenarnya.
 - **Kejujuran adalah hal yang seringkali tepat meskipun menyakitkan**.
 - Pertimbangan sebelum berbohong: kelayakan manfaat dari berbohong, apakah pihak yang dibohongi diuntungkan, apakah tidak ada jalan lain selain berbohong, dan bagaimana respons jika kebenaran terungkap.
 - Pada akhirnya, kejujuran tentang konsep diri akan memerdekakan dan membawa sukacita sejati dalam jangka panjang. **Kompetensi untuk menjadi jujur** dalam segala situasi jauh lebih penting untuk dipelajari.

2.6 5. Peran Prediksi yang Memenuhi Diri Sendiri (Self-Fulfilling Prophecy)

- **Definisi:** Harapan seseorang tentang suatu peristiwa, dan perilaku selanjutnya berdasarkan harapan tersebut, membuat hasil lebih mungkin terjadi.
- **Mekanisme:** Kepercayaan pada suatu ramalan atau ekspektasi akan munculnya suatu peristiwa membuat kita bertindak berdasarkan ekspektasi tersebut, sehingga peluang peristiwa itu terjadi malah membesar.
- Ekspektasi ini dapat dibentuk oleh diri sendiri atau oleh orang lain (asalkan dikomunikasikan kepada orang tersebut).
- **Visualisasi Positif** adalah bentuk konstruktif dari prediksi yang memenuhi diri sendiri, yaitu membayangkan prospek positif yang menstimulasi diri untuk berhasil.

2.7 6. Pentingnya “Self-Talk” dan Mengatasi “Vultures” (Gangguan Psikologis)

- **Self-Talk** (bicara dalam diri): Dapat bekerja untuk atau melawan seseorang.

- “*Psychological Vultures*”: Kritik diri negatif yang merusak harga diri.
- Penting untuk **mengubah pikiran negatif menjadi pikiran yang memberdayakan** dan membangun kepercayaan diri.
- Ini termasuk praktik **afirmasi** (kata-kata positif yang diucapkan di dalam hati) untuk mengatasi rasa takut.
- Saran lain untuk mengatasi rasa takut berkomunikasi:
 - **Latihan/rehearsal** keterampilan percakapan secara berulang.
 - “**Vaksinasi**”: Menghadapi situasi yang ditakuti dalam skala kecil secara bertahap untuk membangun keberanian.
 - Memiliki **hasrat atau keinginan** untuk berkomunikasi, bukan karena harus tapi karena menyukainya.
 - **Visualisasi Positif**: Membayangkan prospek positif yang terjadi.
 - **Menerima rasa takut** itu ada, namun tetap bertindak.

2.8 7. Diskusi dan Aplikasi

- **Refleksi**: Mengajak mahasiswa untuk merefleksikan bagaimana konsep-konsep komunikasi diri (konsep diri, harga diri, manajemen kesan, prediksi yang memenuhi diri sendiri, dan *self-talk*) mempengaruhi komunikasi interpersonal mereka sehari-hari.
- **Latihan Praktis**: “Activity 2.7 Practicing Positive Visualization” atau mengevaluasi “*vultures*” mereka sendiri.
- **Hidup Otentik**: Menekankan pentingnya hidup penuh integritas, yaitu hidup yang selaras atau koheren dengan identitas diri yang sebenarnya (*true self*). Ini berarti apa yang kita ingini, yakini, pikirkan, ucapkan, miliki, dan buat itu sesuai dengan jati diri kita. Untuk itu, perlu mengembangkan empat lapis karakter yang selaras dengan nilai-nilai ideal (“love like God, think like a king, speak like a poet, serve like a slave”).
- **Kejujuran**: Mengembangkan kompetensi untuk menjadi jujur dalam segala situasi, karena kejujuran akan memerdekakan dan membawa sukacita sejati dalam jangka panjang.

2.9 Ringkasan

Panduan belajar ini dirancang untuk meninjau pemahaman Anda tentang konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan komunikasi diri, pementasan diri, dan hidup otentik, seperti yang disajikan dalam materi sumber.

2.10 I. Konsep Diri (Self-Concept)

2.10.1 A. Definisi dan Pentingnya

- **Definisi:** Konsep diri adalah persepsi keseluruhan kita tentang siapa diri kita. Ini adalah jawaban atas pertanyaan “Siapa saya?”
- **Pentingnya:** Hidup otentik, tanpa penyesalan, bergantung pada pemahaman dan penghidupan konsep diri sejati kita. Kegagalan untuk memahami ini dapat menyebabkan penyesalan mendalam di akhir hidup.
- **Sifat Konsep Diri:** Subjektif, fleksibel (idealnya), dan terkadang resisten terhadap perubahan karena “konservatisme kognitif” atau pengaruh “roh.”

2.10.2 B. Pembentukan Konsep Diri

- **Pengaruh Eksternal:Orang Sekitar (Primer):** Pendapat orang tua, teman dekat, dan mereka yang hidup bersama kita.
- **Evaluasi Orang Berpengaruh (Sekunder):** Guru, tokoh agama, pengajar.
- **Perbandingan Sosial (Tersier):** Membandingkan diri dengan orang lain dalam hal prestasi atau kinerja.
- **Pengakuan Formal (Kwartir):** Piala, piagam, rujukan, atau bentuk pengakuan lainnya.
- **Peran Komunikasi:** Komunikasi memainkan peran besar dalam membentuk konsep diri, seperti “roh” yang masuk ke dalam jiwa kita melalui interaksi.
- **Tanggung Jawab Individu:** Meskipun ada banyak pengaruh eksternal, kita pada akhirnya yang paling bertanggung jawab dalam membentuk konsep diri kita sendiri.

2.10.3 C. Roh Karakter

- **Definisi Roh Karakter:** Sebuah klasifikasi dari “diri” yang mengendalikan penggunaan “username” atau nama kita.
1. **Empat Jenis Roh:Roh Primer (Kepribadian Bawaan):** Diri kita yang asli, kepribadian bawaan (misalnya, Joy, Sadness, Anger, Fear, Disgust dari film Inside Out). Ini adalah inti dari diri kita.
 2. **Roh Sekunder (Karakter Budaya):** Karakter yang dibentuk oleh budaya atau *co-culture* (superego Freud). Ini adalah bagaimana kita diukir oleh lingkungan sosial kita.
 3. **Roh Tersier (Peran Profesi):** Peran yang kita mainkan dalam pekerjaan atau profesi (dokter, polisi, dosen, aktor).
 4. **Roh Kwartir (Peran Drama/Permainan):** Peran atau karakter yang kita mainkan dalam drama, sandiwara, atau pementasan tertentu (misalnya, Ben Kingsley sebagai Mahatma Gandhi).

- **Hubungan:** Semakin ke kanan (dari primer ke kuartir), semakin besar upaya yang dibutuhkan dan semakin kita menjadi “orang lain.” Semakin ke kiri, semakin kita menjadi diri kita yang asli. Idealnya, keempat roh ini dikembangkan secara seimbang, tetapi roh primer adalah prioritas utama untuk kehidupan otentik.

2.11 II. Pementasan Diri (Self-Presentation / Image Management)

2.11.1 A. Definisi dan Tujuan

- **Definisi:** Upaya strategis untuk mengkomunikasikan siapa diri kita kepada publik, menampilkan sisi positif dan menyembunyikan sisi negatif.
- **Tujuan:** Mempengaruhi persepsi orang lain, membangun kepercayaan, menjaga dan meningkatkan relasi, menarik simpati, menghindari kekhawatiran orang lain, atau bahkan untuk tujuan netral (pengadilan, pemilu) hingga negatif (penipuan).

2.11.2 B. Tiga Versi Diri

1. **Versi Sebenarnya:** Diri kita yang sesungguhnya (seringkali tidak sepenuhnya kita tahu).
 2. **Versi Menurut Kita:** Bagaimana kita melihat diri kita.
 3. **Versi yang Diproyeksikan:** Bagaimana kita ingin orang lain melihat kita.
- Fokus pementasan diri umumnya pada versi kedua dan ketiga.

2.11.3 C. Diagram Kartesius Pementasan Diri (Perspektif Diri)

- **Sumbu X (Pesan ke Publik):** Positif atau Negatif (Projecting Self)
 - **Sumbu Y (Persepsi Diri):** Positif atau Negatif (Perception of Self)
1. **Kuadran 1 (Self-Enhancement):** Tahu kelebihan dan memproyeksikannya (misalnya, saat wawancara kerja).
 2. **Kuadran 2 (Self-Deprecation):** Tahu kelebihan tapi merendah (misalnya, agar bisa diterima komunitas).
 3. **Kuadran 3 (Jujur Mengkomunikasikan Kekurangan):** Tahu kelemahan dan mengkomunikasikannya (misalnya, untuk intimasi, ke dokter).
 4. **Kuadran 4 (Pencitraan / Deception):** Menampilkan sesuatu yang istimewa padahal tahu itu tidak benar (misalnya, agar orang lain tidak khawatir, kampanye politik, penipuan).

2.11.4 D. Diagram Kartesius Pementasan Diri (Perspektif Orang Lain)

- **Sumbu X (Upaya Memproyeksikan Diri):** Sama dengan sebelumnya.
 - **Sumbu Y (Hasil di Mata Orang Lain):** Bagaimana orang lain melihat kita.
1. **Kuadran 1 (Berhasil):** Komunikasi berhasil, kebaikan kita diketahui dan dilihat orang lain positif.
 2. **Kuadran 2 (Istimewa):** Mengkomunikasikan kekurangan, tapi ditangkap sebagai kelebihan.
 3. **Kuadran 3 (Ekstrem/Gagal):** Mengkomunikasikan kekurangan, dan orang lain melihatnya memang buruk (misalnya, penjahat).
 4. **Kuadran 4 (Gagal / Pendusta):** Mencoba menyampaikan kesan positif, tapi ditangkap negatif (dianggap pendusta).

2.11.5 E. Aspek yang Perlu Disiapkan dalam Pementasan Diri

1. **Sopan Santun:** Kata-kata, gerak-gerik, bahasa tubuh.
2. **Pakaian/Ornamen:** Mendukung citra yang ingin ditampilkan.
3. **Settingan:** Lingkungan, *background*, benda dekoratif.

2.11.6 F. Integritas dan Deception dalam Pementasan Diri

- Pementasan diri bersifat kolaboratif dan adaptif.
- Pencitraan tidak selalu berarti berbohong; ada banyak tampilan jujur yang berbeda untuk situasi yang berbeda.
- *Deception* (penipuan) di dunia maya sangat umum. Penting untuk membedakan antara akting (seperti Ben Kingsley sebagai Gandhi) dan kebohongan yang disengaja.
- Penting untuk memilih “wajah” yang tepat untuk situasi yang tepat tanpa merasa malu atau jengah.

2.12 III. Penyingkapan Diri (Self-Disclosure)

2.12.1 A. Definisi dan Aspek

- **Definisi:** Pengkomunikasian informasi tentang diri kita dengan sengaja kepada orang lain.
1. **Empat Aspek:Kejujuran:** Jujur atau tidak.
 2. **Kedalaman:** Seberapa dalam atau hanya permukaan.
 3. **Kebaruan:** Informasi baru atau sudah umum diketahui.
 4. **Membawa Kedekatan:** Apakah penyingkapan ini meningkatkan kedekatan.

2.12.2 B. Dimensi Keluasan dan Kedalaman Informasi

- **Keluasan:** Berbagai topik yang bisa dibicarakan (perasaan hubungan, latar belakang keluarga, masalah akademik, opini, tampilan fisik, ambisi, karir).
 - **Kedalaman:** Seberapa rinci dan pribadi informasi tersebut.
1. **Perbendaharaan Informasi (Lapis): Klise (Paling Kulit):** Ucapan umum, tidak bermakna mendalam.
 2. **Fakta:** Informasi objektif.
 3. **Opini:** Pendapat pribadi.
 4. **Perasaan (Paling Dalam):** Emosi dan pengalaman subjektif.

2.12.3 C. Jendela Johari

- **Konsep:** Model untuk memahami dan meningkatkan kesadaran diri dan hubungan interpersonal.
1. **Empat Area:**
 - Open Area:** Kita tahu, orang lain tahu (bertujuan untuk diperluas untuk kedekatan).
 - Blind Area:** Orang lain tahu, kita tidak tahu.
 - Hidden Area:** Kita tahu, orang lain tidak tahu (rahasia kita).
 - Unknown Area:** Kedua pihak sama-sama tidak tahu.
- **Tujuan:** Memperluas area *Open* untuk membangun kedekatan.

2.12.4 D. Manfaat dan Keuntungan Penyingkapan Diri

1. **Katarsis:** Perasaan lega setelah mengungkapkan rahasia.
2. **Swaklarifikasi:** Menjernihkan pikiran, opini, sikap, dan perasaan kita sendiri.
3. **Swavalidasi:** Mendapatkan persetujuan dari pendengar tentang pikiran atau diri kita.
4. **Imbal Balas:** Berharap orang lain juga mengungkapkan rahasia mereka.
5. **Pembentukan Kesan:** Menarik simpati.
6. **Menjaga dan Meningkatkan Relasi:** Memperluas area *Open*.
7. **Kewajiban Moral:** Menyampaikan informasi penting agar pihak berkepentingan tahu (misalnya, penyakit).

2.12.5 E. Risiko dan Kerugian Penyingkapan Diri

1. **Penolakan:** Orang lain menolak atau menjauh.
2. **Kesan Negatif:** Menimbulkan pandangan buruk.

3. **Menurunkan Tingkat Kepuasan Relasi:** Konflik atau ketidaknyamanan dalam hubungan.
4. **Kehilangan Pengaruh:** Posisi atau kekuatan kita berkurang.
5. **Kehilangan Kendali:** Informasi yang diungkapkan digunakan atau disebarkan di luar keinginan kita.
6. **Menyakiti Orang Lain:** Ungkapan yang jujur dapat melukai perasaan.

2.12.6 F. Pertimbangan Sebelum Penyingkapan Diri

- **Pentingnya Orang Lain:** Apakah orang tersebut penting?
- **Kelayakan Risiko:** Apakah manfaat sebanding dengan risikonya?
- **Pantas:** Apakah sesuai dilakukan pada orang yang tepat?
- **Timbal Balik:** Apakah akan ada balasan penyingkapan dari orang lain?
- **Konstruktif:** Apakah alasannya membangun?

2.12.7 G. Deception (Kebohongan)

- **Definisi:** Tidak mengungkapkan yang sebenarnya, berbohong.
- **Alasan Kebohongan:** Bisa karena terpaksa dalam situasi sulit, atau untuk tujuan positif (misalnya, melindungi perasaan orang).
- **Pentingnya Kejujuran:** Seringkali merupakan tindakan yang benar, meskipun menyakitkan.
- **Pertimbangan Sebelum Berbohong:** Apakah manfaat kebohongan itu layak?
- Apakah pihak yang dibohongi diuntungkan?
- Apakah tidak ada jalan lain?
- Bagaimana respons orang jika tahu kebenarannya?
- **Kejujuran Jangka Panjang:** Akan memerdekakan dan membawa sukacita sejati.
- **Mengapa Mempelajari Kebohongan:** Untuk memahami perilaku orang lain dan menghadapi orang jahat.

2.13 IV. Hidup Otentik

2.13.1 A. Definisi Integritas dan Otentisitas

- **Hidup Penuh Integritas:** Hidup yang selaras (koheren) dengan identitas diri kita yang sebenarnya atau *true self*.
- **Hidup Otentik:** Apa yang kita inginkan, yakini, pikirkan, ucapkan, miliki (termasuk relasi), dan buat sesuai dengan jati diri kita.

2.13.2 B. Empat Lapis Karakter untuk Hidup Otentik (Panutan)

- **Primer: Love like God (Pribadi Penuh Kasih Tanpa Batas)** Mengasihi dan menyayangi seperti Tuhan.
- Panutan: Tuhan Yang Maha Kuasa.
- **Sekunder: Think like a King (Berpikir Seperti Raja/Ratu)** Bertanggung jawab, cakap, tegas, berani, amanah, adil untuk kepentingan banyak orang.
- Panutan: Raja/Ratu (misalnya, Alexander The Great).
- **Tersier: Speak like a Poet (Berbicara Seperti Pujangga)** Menguasai kata-kata yang menghidupkan, mencerdaskan, dan mengekspresikan keindahan.
- Panutan: Pujangga.
- **Kuarter: Serve like a Slave (Melayani Seperti Hamba)** Melayani dengan sepenuh hati, perhatian, keahlian, totalitas, dan pengorbanan tanpa perhitungan.
- Panutan: Hamba yang melayani tuannya.

2.13.3 C. Pembelajaran Karakter

- Dapat dipelajari melalui literatur dan studi.
- Pembelajaran terbaik seringkali melalui penderitaan dan kekurangan diri.
- Contoh Amanda Gorman: Mengubah kesulitan berbicara menjadi kekuatan melalui membaca dan menulis, serta melatih diri secara gigih.

2.14 V. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

- **Definisi:** Proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu.
- **Dasar:** Fondasi bagaimana kita memahami dunia dan berinteraksi dengan orang lain.
- **Self-Talk:** Pembicaraan dalam diri yang bisa bersifat positif atau negatif.
- **Psychological Vultures:** Kritik diri negatif yang merusak harga diri. Penting untuk mengubahnya menjadi pikiran yang memberdayakan.
- **Self-Fulfilling Prophecy:** Harapan atau keyakinan tentang suatu peristiwa dapat memengaruhi perilaku kita, sehingga membuat peristiwa itu lebih mungkin terjadi. Visualisasi positif adalah bentuk konstruktif dari ini.

3 Kuis: Komunikasi Diri dan Pementasan Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dalam 2-3 kalimat.

1. Jelaskan mengapa pemahaman tentang “konsep diri” dianggap krusial untuk menjalani hidup yang otentik, menurut materi sumber.
2. Sebutkan dan jelaskan secara singkat dua dari empat aspek yang membedakan jenis penyingkapan diri.
3. Dalam konteks Jendela Johari, apa yang dimaksud dengan “Open Area” dan mengapa perlu diperluas untuk membangun kedekatan?
4. Identifikasi dua manfaat utama dari penyingkapan diri dan berikan contoh singkat untuk salah satunya.
5. Apa perbedaan antara “Self-Enhancement” dan “Pencitraan” dalam diagram kartesius pementasan diri, dari perspektif diri?
6. Menurut materi, sebutkan dua dari tiga aspek yang perlu disiapkan individu saat mementaskan diri di hadapan publik atau melalui media sosial.
7. Jelaskan konsep “self-fulfilling prophecy” dalam konteks pembentukan konsep diri.
8. Bagaimana konsep “roh primer” berbeda dengan “roh kuartier” dalam klasifikasi roh karakter?
9. Mengapa kejujuran dianggap penting dalam jangka panjang, meskipun kadang menyakitkan atau sulit?
10. Sebutkan salah satu dari empat panutan karakter yang disarankan untuk hidup otentik dan jelaskan maknanya secara singkat.

4 Pertanyaan Esai (Tidak Ada Jawaban Disertakan)

1. Analisis hubungan antara “self-fulfilling prophecy” dan pembentukan konsep diri. Bagaimana siklus positif dan negatif dari *self-esteem* dapat diperkuat atau dirusak oleh fenomena ini, dan apa peran komunikasi dalam proses tersebut?
2. Bandingkan dan kontraskan manfaat serta risiko dari penyingkapan diri. Dalam situasi apa penyingkapan diri dianggap layak diambil risikonya, dan bagaimana individu dapat menimbang keputusan untuk melakukan *self-disclosure*?
3. Jelaskan konsep “roh karakter” (primer, sekunder, tersier, kuartier) dan bagaimana masing-masing lapis berkontribusi terhadap identitas diri seseorang. Mengapa materi sumber menekankan pentingnya mengembangkan roh primer secara otentik di atas yang lain?
4. Diskusikan implikasi etis dari “pencitraan” atau *deception* dalam pementasan diri. Kapan *deception* dapat dibenarkan (jika ada), dan bagaimana membedakannya dari “akting” yang dianggap netral atau positif?
5. Materi sumber menyajikan empat panutan karakter untuk hidup otentik: “Love like God,” “Think like a King,” “Speak like a Poet,” dan “Serve like a Slave.” Pilih dua dari panutan ini dan jelaskan secara mendalam bagaimana menginternalisasi dan menghidupinya dapat membantu seseorang mencapai integritas dan otentisitas dalam kehidupan sehari-hari.

5 Glosarium Istilah Kunci

- **Konsep Diri (Self-Concept):** Keseluruhan persepsi, keyakinan, dan penilaian individu tentang siapa dirinya.
- **Harga Diri (Self-Esteem):** Evaluasi subjektif individu tentang nilai dan harga dirinya sebagai pribadi.
- **Siklus Positif/Negatif *Self-Esteem*:** Pola perilaku dan pemikiran yang menaikkan (*positif*) atau menurunkan (*negatif*) harga diri seseorang.
- **Reflected Appraisal:** Proses melihat diri kita berdasarkan bagaimana kita yakin orang lain memandang kita.
- **Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication):** Proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, seperti berpikir, merenung, dan *self-talk*.
- **Roh Karakter:** Sebuah konsep untuk mengklasifikasikan berbagai “diri” atau persona yang kita miliki, mulai dari yang bawaan hingga yang diperankan.
- **Roh Primer:** Kepribadian bawaan atau inti diri (misalnya, emosi dasar seperti Joy, Sadness).
- **Roh Sekunder:** Karakter yang dibentuk oleh budaya atau *co-culture* (misalnya, superego Freud).
- **Roh Tersier:** Peran yang dimainkan dalam pekerjaan atau profesi.
- **Roh Kuartier:** Peran atau karakter yang dimainkan dalam drama, sandiwara, atau pementasan tertentu.
- **Pementasan Diri (Self-Presentation / Image Management):** Upaya strategis untuk mengkomunikasikan diri kepada orang lain guna memengaruhi persepsi mereka.
- **Self-Enhancement:** Mengkomunikasikan kelebihan diri yang memang kita miliki.
- **Self-Deprecation:** Merendah diri meskipun memiliki kelebihan.
- **Pencitraan:** Menampilkan kesan positif atau istimewa yang mungkin tidak sepenuhnya benar, untuk tujuan tertentu.
- **Deception:** Tindakan berbohong atau tidak mengungkapkan kebenaran.
- **Penyingkapan Diri (Self-Disclosure):** Pengkomunikasian informasi tentang diri sendiri secara sengaja kepada orang lain.
- **Jendela Johari:** Model untuk memahami dan meningkatkan kesadaran diri dan hubungan interpersonal, membagi diri menjadi empat area (Open, Blind, Hidden, Unknown).
- **Katarsis:** Perasaan lega yang dialami setelah mengungkapkan emosi atau rahasia yang terpendam.
- **Swaklarifikasi (Self-Clarification):** Proses menjernihkan pikiran, opini, atau perasaan kita sendiri melalui penyingkapan diri.

- **Swavalidasi (Self-Validation):** Mendapatkan persetujuan atau konfirmasi dari orang lain tentang pikiran atau identitas diri kita.
- **Konservatisme Kognitif (Cognitive Conservatism):** Kecenderungan untuk mencari informasi yang mendukung konsep diri yang sudah ada dan menolak informasi yang bertentangan.
- **Self-Fulfilling Prophecy:** Fenomena di mana harapan seseorang tentang suatu peristiwa, dan perilaku selanjutnya berdasarkan harapan tersebut, membuat hasil lebih mungkin terjadi.
- **Self-Talk:** Dialog internal atau pembicaraan yang kita lakukan dengan diri sendiri.
- **Psychological Vultures:** Kritik diri negatif atau pikiran merusak yang mengikis harga diri.
- **Hidup Otentik:** Kehidupan yang selaras dan koheren dengan jati diri sejati seseorang, di mana tindakan, pikiran, dan keyakinan konsisten dengan *true self*.
- **Integritas:** Keadaan menjadi utuh dan tidak terbagi, konsisten antara apa yang diyakini, dikatakan, dan dilakukan.
- **Co-culture:** Kelompok dalam suatu budaya yang berbagi keyakinan, nilai, atau perilaku tertentu (misalnya, berdasarkan usia, ras, agama, profesi, atau aktivitas).
- **Perikoresis:** Konsep relasi yang bersatu namun masing-masing memiliki kepribadian sendiri, seperti tarian melingkar dari roh-roh yang berbeda namun terjalin.

6 Kuliah 3 Memahami Persepsi dan Realitas

Video: [link](#)

Kuiz: [Submission](#)

Panduan ini dirancang untuk membantu Anda meninjau pemahaman Anda tentang konsep persepsi, pembentukannya, pengaruhnya, dan hubungannya dengan realitas, serta berbagai pandangan dunia yang dibahas.

6.1 Bagian 1: Konsep Dasar Persepsi

6.1.1 A. Definisi dan Fungsi Persepsi

- **Persepsi:** Proses aktif menata, mengorganisir, mengidentifikasi, dan menafsirkan informasi indrawi dari lingkungan untuk memahami apa yang terjadi di sekitar kita.
- **Persepsi Interpersonal:** Penerapan proses persepsi pada orang dan hubungan.
- **Fungsi Persepsi:Menyelamatkan:** Memungkinkan kita mengidentifikasi bahaya dan peluang (misalnya, mangsa atau kompetitor bagi singa).
- **Membangun Ekspektasi:** Membantu kita memprediksi apa yang akan terjadi dan mempersiapkan diri.
- **Filter:** Menyaring rangsangan yang kita perhatikan dan memisahkan yang masuk akal dari yang tidak.
- **Membentuk Konsep Diri:** Memengaruhi keyakinan kita tentang realitas, nilai, hal yang dihindari, dan emosi.

6.1.2 B. Tahapan Pembentukan Persepsi

Persepsi umumnya melibatkan tiga atau empat tahapan dasar:

- **Seleksi (Selection):** Indra terstimulasi.
- Cenderung memperhatikan rangsangan yang **intens, berulang, atau menunjukkan kontras/perubahan**.
- **Organisasi (Organization):** Mengatur informasi yang dipilih dengan cara yang bermakna.
- Menggunakan **skema persepsi** (kerangka kognitif) untuk mengkategorikan informasi:

- **Konstruk fisik:** penampilan (usia, etnis, pakaian).
- **Konstruk peran:** fungsi sosial/profesional (guru, mahasiswa).
- **Konstruk interaksi:** perilaku/cara komunikasi (ramah, menuntut).
- **Konstruk psikologis:** disposisi/suasana hati (bahagia, percaya diri).
- **Pungtuasi:** Menentukan sebab dan akibat dalam interaksi, memengaruhi cara melihat perselisihan.
- **Interpretasi (Interpretation):** Memberikan makna pada rangsangan yang telah diorganisir.
- Dipengaruhi oleh **ekspektasi, pengalaman pribadi, kepribadian, dan asumsi tentang perilaku manusia.**
- **Negosiasi (Negotiation):** Proses di mana komunikator saling memengaruhi persepsi satu sama lain.
- Melalui pertukaran cerita atau “narasi” tentang dunia pribadi.

6.2 Bagian 2: Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi

6.2.1 A. Penyebab Perbedaan Persepsi

- **Fisik:** Kondisi indra, usia, kesehatan, kelelahan, siklus biologis, rasa lapar, tantangan neurobehavioral.
- **Psikologis:** Suasana hati, konsep diri, bias emosional, kecemasan.
- **Sosial:** Peran gender, peran pekerjaan, peran relasional.
- **Budaya dan Kokultur:** Nilai, norma, bahasa, sensitivitas budaya, cara menyampaikan umpan balik negatif (langsung vs. tidak langsung). Contoh: perbedaan interpretasi “I hear what you say” atau “quite good” antara British dan Dutch.
- **Akses Informasi:** Perbedaan informasi yang diterima dapat membentuk pandangan yang berbeda (misalnya, dalam politik).

6.2.2 B. Kekuatan Fundamental dalam Persepsi Interpersonal

- **Stereotype:** Generalisasi tentang kelompok saat memandang seseorang.
- **Efek Primacy:** Kesan pertama sangat penting dan memengaruhi interaksi masa depan.
- **Efek Recency:** Kesan paling baru lebih kuat daripada kesan sebelumnya.
- **Perceptual Set:** Kecenderungan untuk hanya mempersepsikan apa yang diinginkan atau diharapkan.
- **Bias Positif dan Negatif:** Kecenderungan memandang orang/peristiwa lebih positif atau negatif.
- **Kesalahan Atribusi Fundamental:** Mengaitkan perilaku orang lain dengan penyebab internal (kepribadian) daripada eksternal (situasi).

6.3 Bagian 3: Hubungan Persepsi dengan Realitas dan Komunikasi

6.3.1 A. Persepsi dan Realitas

- **Subjektivitas Realitas:** Realitas disimpulkan secara subjektif karena setiap orang memiliki “roh karakter” dan “worldview” yang berbeda.
 - **Kompleksitas Realitas:** Dunia sangat kompleks, dan indra menangkap banyak impuls, sehingga persepsi perlu menyaring dan menata informasi secara cepat.
1. **Dua Tingkat Realitas: Tingkat Pertama:** Kualitas fisik yang dapat diamati (fakta).
 2. **Tingkat Kedua:** Pemberian makna pada realitas tingkat pertama (opini/interpretasi).
- **Konstruksi Realitas:** Realitas tidak “ada di luar sana” dengan sendirinya, melainkan kita ciptakan bersama orang lain melalui komunikasi.
 - **Persepsi Memperkuat Konsep Diri:** Persepsi cenderung memperkuat konsep diri dari roh karakter kita, menciptakan siklus (karakter menentukan persepsi, persepsi memperkuat karakter).

6.3.2 B. Persepsi dan Komunikasi

- **Persepsi sebagai Filter Komunikasi:** Pesan yang masuk “disaring” melalui persepsi, pengalaman, bias, dan keyakinan kita sendiri.
- **Potensi Konflik:** Perbedaan persepsi, terutama jika subjektif dan tidak disadari, dapat menyebabkan konflik, frustrasi, dan gangguan dalam komunikasi dan relasi.
- **Pentingnya Negosiasi Makna:** Diperlukan negosiasi makna bersama agar komunikasi yang memuaskan dapat terjadi, terutama ketika realitas tingkat kedua dianggap sebagai realitas tingkat pertama.
- **Persepsi Ideal:** Berbasis fakta, cergas/gesit, memberdayakan, membangun relasi, dan mencerahkan.

6.4 Bagian 4: Meningkatkan Kemampuan Persepsi

6.4.1 A. Strategi Peningkatan

- **Mawas Diri terhadap Persepsi:** Memahami pengaruh atribut pribadi, budaya, dan keadaan fisiologis pada persepsi. Menyadari bias umum.
- **Memeriksa Persepsi (Perception Checking):** Metode tiga bagian untuk memverifikasi interpretasi:
 1. Mengakui perilaku yang disaksikan.
 2. Menawarkan dua kemungkinan interpretasi.

3. Meminta klarifikasi dari orang tersebut.

- **Membangun Empati:** Kemampuan untuk mengalami dunia dari perspektif orang lain, melibatkan pengambilan perspektif, dimensi emosional, dan kepedulian tulus.
- **Memisahkan Interpretasi dari Fakta:** Membedakan antara klaim faktual yang dapat diverifikasi dan opini pribadi.
- **Menghasilkan Persepsi Alternatif:** Mencari cara lain untuk memahami situasi.
- **Melatih Komunikasi Intrapersonal (Self-talk):** Memproses pesan intrapersonal secara cermat, menggunakan self-talk positif dan afirmasi.
- **Memanfaatkan Self-fulfilling Prophecy secara Positif:** Mengubah ekspektasi menjadi lebih baik.
- **Mengembangkan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya:** Motivasi, sikap, toleransi terhadap ambiguitas, berpikiran terbuka, pengetahuan, keterampilan.

6.4.2 B. Kompetensi yang Akan Dikembangkan

- Mengenali persepsi.
- Menyamakan persepsi (melalui humor, storytelling, sudut pandang orang lain).
- Beradaptasi dengan persepsi yang berbeda.
- Mengembangkan bahasa baru atau platform untuk komunikasi interpersonal.

6.5 Bagian 5: Worldviews dan Realitas Lainnya

6.5.1 A. Worldviews by Plato (Manusia Gua)

- Realitas manusia gua bawah tanah dibangun oleh cahaya api unggun dan bayangan di dinding.
- Plato mendesak keluar gua menuju cahaya matahari untuk melihat realitas alam yang lebih indah.
- Pentingnya keseimbangan antara dimensi internal (spiritual) dan eksternal (visual).

6.5.2 B. Lima Persepsi Realitas (Armein Z. R. Langi)

- **Realitas Visual: Naturalisme (KNOWLEDGE):** Realitas dibangun di pikiran menggunakan bahasa visual dalam lingkungan spasial (ruang). Ruang adalah medan cahaya, matahari adalah sumber utama.
- Mengamati hal-hal secara visual sebagai alam, berkembang menurut hukum termodinamika (Kekekalan Energi, Entropi, Gaya Fundamental).

- **Realitas Biologis: Spiritisme (ACTION):** Realitas dibangun di pikiran menggunakan bahasa konseptual atau abstrak tentang kekuatan, energi, dan makhluk berkehendak (roh).
- Entitas dipengaruhi oleh gaya alam dan kehendak roh. Menambah dimensi waktu.
- Kita adalah roh yang hidup dalam entitas alami, memiliki kehendak dan keinginan.
- Hukum Evolusi (Survival of the fittest, Pool of genes, Mutasi).
- **Realitas Bahasa: Simbolisme (SELF):** Realitas dunia baru dibangun oleh simbol dan bahasa. Manusia adalah **Homologos** (manusia kata-kata).
- Eksistensi ditentukan oleh NAMA. Simbol dan Bahasa mampu merekonstruksi realitas.
- Realitas internal subjek dikodekan ke dalam simbol bahasa dan dikomunikasikan.
- Dunia dipahami secara simbolik di atas platform bahasa. Bidang ilmu pengetahuan adalah bahasa untuk memahami dunia pada skala yang sesuai.
- Hukum Identitas Personal, Nilai (Personalization & Identity: NAMES, Stories, History, Social/Judicial/Financial Laws).
- **Realitas Kesadaran: Panteisme (BIG ORGANISM, THE COMMUNITY):** Realitas adalah kesadaran. Melalui cermin dan refleksi, kita mengamati keberadaan pengamat (kesadaran/Cahaya Pemahaman).
- Kesadaran adalah roh di dalam kita, berfungsi sebagai ID, EGO, dan SUPEREGO. Melalui persepsi mereka, worldview dibangun.
- Tuhan adalah penjumlahan kesadaran semua entitas. Realitas adalah roh di mana-mana.
- Komunitas Bang: Keanggotaan dalam Organisme Besar (Teknologi Digital, Media Sosial, IoT memperluas realitas simbol dan bahasa menjadi realitas global).
- **Realitas Allah: Teisme & Panenteisme (VALUES):** Realitas adalah hubungan antara dunia spiritual dan dunia teater, di mana pengamat mengarahkan karakter teater dan sadar akan kesadaran karakter.
- Dunia spiritual adalah yang nyata, dunia teater adalah arena bermain. Sutradara spiritual adalah Tuhan.
- Kita sadar tentang Kesadaran Lain tentang kita (Tuhan).
- Gods Bang: Lebih dari 5000 Dewa.
- Value Bang: Hukum Sekuritisasi Nilai (Uang Digital, Token, Kontrak, Blockchain).

6.6 Kuis: Persepsi dan Realitas

Petunjuk: Jawab setiap pertanyaan dalam 2-3 kalimat [submit](#)

1. Jelaskan mengapa persepsi dianggap menyelamatkan dan penting untuk keselamatan kita.
2. Sebutkan tiga tahapan utama dalam proses pembentukan persepsi dan jelaskan secara singkat masing-masing.
3. Berikan contoh bagaimana perbedaan budaya atau kokultur dapat menyebabkan perbedaan persepsi dalam komunikasi verbal.

4. Apa yang dimaksud dengan “Kesalahan Atribusi Fundamental” dalam konteks persepsi interpersonal?
5. Bagaimana hubungan antara “konsep diri” dan “persepsi” menurut materi sumber?
6. Jelaskan konsep “pungtuasi” dan bagaimana ia memengaruhi cara kita melihat suatu perselisihan.
7. Apa yang dimaksud dengan “persepsi ideal” dan sebutkan dua karakternya.
8. Bagaimana teknologi digital seperti media sosial dikaitkan dengan perluasan realitas dalam pandangan “Panteisme”?
9. Menurut pandangan “Simbolisme”, mengapa manusia disebut “Homologos”?
10. Sebutkan tiga cara praktis untuk meningkatkan kemampuan persepsi kita.

6.7 Pertanyaan Esai (Tanpa Jawaban)

1. Analisis bagaimana persepsi, menurut materi, bukan hanya sekadar alat untuk memahami realitas tetapi juga secara aktif membentuk realitas tersebut. Diskusikan implikasinya terhadap komunikasi interpersonal.
2. Bandingkan dan kontraskan bagaimana faktor fisiologis, psikologis, sosial, dan budaya memengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Berikan contoh spesifik dari materi untuk mendukung argumen Anda.
3. Jelaskan proses empat tahapan pembentukan persepsi (seleksi, organisasi, interpretasi, dan negosiasi) secara rinci. Mengapa tahapan negosiasi, meskipun kadang tidak selalu disebut, sangat penting dalam konteks persepsi interpersonal?
4. Pilih dua dari lima pandangan realitas (Naturalisme, Spiritisme, Simbolisme, Panteisme, Teisme/Panenteisme) yang dijelaskan dalam materi. Bandingkan bagaimana masing-masing pandangan tersebut mengkonstruksi realitas dan apa yang menjadi fokus utamanya (misalnya, pengetahuan, tindakan, diri, organisme besar, nilai).
5. Diskusikan pentingnya “membiasakan diri terhadap persepsi” dan “membangun empati” sebagai strategi untuk meningkatkan kemampuan persepsi. Bagaimana kedua strategi ini saling melengkapi dalam meminimalkan konflik dan meningkatkan komunikasi yang efektif?

6.8 Glosarium Istilah Kunci

- **Persepsi:** Proses aktif menata, mengorganisir, mengidentifikasi, dan menafsirkan informasi indrawi untuk memahami lingkungan.
- **Persepsi Interpersonal:** Proses persepsi yang diterapkan pada orang dan hubungan.
- **Konsep Diri (Self-concept):** Pemahaman individu tentang dirinya sendiri; seperangkat persepsi yang relatif stabil yang membentuk tindakan dan pilihan.
- **Seleksi (Selection):** Tahap awal persepsi di mana indra terstimulasi dan kita memilih rangsangan yang intens, berulang, atau kontras.

- **Organisasi (Organization):** Tahap di mana informasi yang dipilih diatur secara bermakna, sering menggunakan skema persepsi.
- **Interpretasi (Interpretation):** Tahap di mana makna diberikan pada rangsangan yang diorganisir, dipengaruhi oleh ekspektasi, pengalaman, dan kepribadian.
- **Negosiasi (Negotiation):** Proses di mana komunikator saling memengaruhi persepsi satu sama lain melalui pertukaran cerita atau narasi.
- **Skema Persepsi:** Kerangka kognitif yang digunakan untuk mengkategorikan informasi selama tahap organisasi persepsi (misalnya, konstruk fisik, peran, interaksi, psikologis).
- **Pungtuasi:** Konsep dalam organisasi persepsi yang mengacu pada penentuan sebab dan akibat dalam serangkaian interaksi.
- **Stereotipe:** Generalisasi tentang suatu kelompok yang diterapkan pada individu saat membentuk persepsi.
- **Efek Primacy:** Pengaruh kuat dari kesan pertama dalam membentuk persepsi dan interaksi di masa depan.
- **Efek Recency:** Pengaruh kuat dari kesan paling baru dalam membentuk persepsi.
- **Perceptual Set:** Kecenderungan untuk hanya mempersepsikan apa yang kita inginkan atau harapkan.
- **Bias Positif dan Negatif:** Kecenderungan untuk memandang orang atau peristiwa secara lebih positif atau negatif.
- **Kesalahan Atribusi Fundamental:** Kecenderungan untuk mengaitkan perilaku orang lain dengan penyebab internal daripada eksternal.
- **Mawas Diri terhadap Persepsi:** Memahami bagaimana atribut pribadi, budaya, dan keadaan fisiologis memengaruhi persepsi kita.
- **Memeriksa Persepsi (Perception Checking):** Metode tiga bagian untuk memverifikasi keakuratan interpretasi perilaku orang lain.
- **Empati:** Kemampuan untuk mengalami dunia dari perspektif orang lain, termasuk mengambil perspektif dan merasakan emosi mereka.
- **Homologos:** Istilah yang menggambarkan manusia sebagai “manusia kata-kata” atau “manusia bahasa” dalam pandangan Simbolisme.
- **Realitas Tingkat Pertama:** Kualitas fisik yang dapat diamati dari suatu hal atau situasi (fakta objektif).
- **Realitas Tingkat Kedua:** Makna atau interpretasi yang kita berikan pada realitas tingkat pertama (subjektif).
- **Naturalisme (Persepsi Realitas):** Pandangan dunia yang mengkonstruksi realitas melalui bahasa visual, berfokus pada pengamatan alam dan hukum termodinamika.
- **Spiritisme (Persepsi Realitas):** Pandangan dunia yang mengkonstruksi realitas melalui bahasa konseptual tentang kekuatan, energi, dan roh, berfokus pada kehendak dan hukum evolusi.
- **Simbolisme (Persepsi Realitas):** Pandangan dunia yang mengkonstruksi realitas melalui simbol dan bahasa, menekankan peran nama, cerita, dan identitas.
- **Panteisme (Persepsi Realitas):** Pandangan dunia yang mengkonstruksi realitas sebagai kesadaran, di mana Tuhan adalah penjumlahan kesadaran semua entitas dan realitas adalah roh di mana-mana.

- **Teisme & Panenteisme (Persepsi Realitas):** Pandangan dunia yang mengkonstruksi realitas sebagai hubungan antara dunia spiritual (nyata) dan dunia teater (arena bermain) yang diarahkan oleh Tuhan.

7 Kuliah 4: Kekuatan dan Penggunaan Bahasa dalam Komunikasi

Video Clip: https://youtube.com/playlist?list=PL_m-BplfO92F71yM3fOiHWCAR0tz5P472&si=VTVuxqQgzYDJwq4m

Submit Kuis: <https://forms.office.com/r/50GSJJfDPW>

7.1 Sesi 1: Pengantar: Kekuatan, Sifat, dan Penerapan Bahasa dalam Komunikasi Interpersonal

7.1.1 Ringkasan Eksekutif

Dokumen ini menyajikan sintesis komprehensif mengenai peran fundamental bahasa dalam komunikasi interpersonal, berdasarkan analisis mendalam dari berbagai sumber. Poin-poin utama menyoroti bahwa bahasa adalah sistem simbol yang kuat dan terstruktur, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat transmisi informasi, tetapi juga secara aktif membentuk persepsi, memengaruhi perilaku, dan mendefinisikan hubungan. Kekuatan bahasa termanifestasi dalam berbagai bentuk, mulai dari identitas yang melekat pada sebuah nama, kekuatan persuasif melalui etos, patos, dan logos, hingga kemampuannya untuk mengekspresikan kasih sayang dan memberikan kenyamanan.

Efektivitas komunikasi sangat bergantung pada penciptaan iklim yang positif, yang dicapai dengan menggunakan pesan-pesan yang mengkonfirmasi eksistensi dan perasaan orang lain, serta mengambil kepemilikan atas emosi pribadi melalui “pernyataan-saya” (I-statements). Sebaliknya, respons diskonfirmasi dan defensif dapat merusak interaksi. Analisis juga menggarisbawahi pentingnya membedakan antara klaim faktual yang dapat diverifikasi dan opini yang bersifat subjektif. Lebih jauh, dokumen ini mengkaji penggunaan dan penyalahgunaan bahasa melalui humor, eufemisme, slang, dan bentuk-bentuk yang merusak seperti pencemaran nama baik dan ujaran kebencian. Terakhir, disajikan panduan praktis untuk menavigasi tantangan unik dalam komunikasi di era digital, menekankan perlunya kesabaran, kehati-hatian, dan kesadaran akan keterbatasan medium.

7.1.2 I. Kekuatan Fundamental Kata-Kata

Kata-kata memiliki kekuatan yang signifikan untuk mengidentifikasi individu, membujuk, membangun keintiman, dan memberikan kenyamanan. Pemahaman terhadap kekuatan ini merupakan inti dari komunikasi interpersonal yang efektif.

7.1.2.1 A. Nama Sebagai Identitas dan Simbol

Nama adalah perangkat linguistik kuat yang berfungsi sebagai kata pertama yang mengidentifikasi dan melambangkan diri seseorang. Nama sering kali menjadi informasi awal yang dipelajari tentang orang lain dan dapat membawa berbagai informasi demografis.

- **Informasi Demografis:** Nama dapat memberikan asumsi—meskipun tidak selalu akurat—tentang jenis kelamin, etnis, atau bahkan era kelahiran seseorang. Popularitas nama cenderung berfluktuasi seiring waktu, sehingga nama tertentu dapat diasosiasikan dengan generasi tertentu.
- **Stereotip dan Diskriminasi:** Asumsi berdasarkan nama terkadang bisa berbahaya dan mengarah pada diskriminasi. Fenomena penggantian nama pernah terjadi di Indonesia sebagai respons terhadap diskriminasi terhadap nama-nama tertentu.
- **Simbol Cerita:** Setiap nama dianggap mewakili sebuah cerita kehidupan, menjadi bagian tak terpisahkan dari narasi pribadi seseorang.

7.1.2.2 B. Kekuatan Persuasi: Etos, Patos, dan Logos

Persuasi adalah proses menggunakan kata-kata untuk menggerakkan orang lain agar memiliki pemikiran atau melakukan tindakan tertentu. Filsuf Yunani Aristoteles mengidentifikasi tiga pilar persuasi yang masih relevan hingga kini.

1. **Etos (Kredibilitas):** Ini berkaitan dengan bagaimana audiens memandang kompetensi dan kepercayaan terhadap pembicara. Kredibilitas yang tinggi membuat pesan lebih persuasif. Faktor-faktor yang memengaruhi etos meliputi:
 - **Pilihan Bahasa:** Penggunaan bahasa yang mencerminkan pengetahuan tinggi dapat meningkatkan kredibilitas.
 - **Faktor Perusak Kredibilitas:**
 - **Klise:** Ungkapan yang sudah usang dan terlalu sering digunakan (misalnya, “berpikir *out of the box*”).
 - **Dialek:** Dialek yang tidak cocok atau berkonotasi negatif dapat memengaruhi persepsi audiens.

- **Bahasa Ragu-ragu (Equivocation):** Pernyataan yang sengaja dibuat kabur dan tidak jelas.
 - **Weasel Words (Kata-kata Musang):** Kata-kata terselubung yang menyiratkan sesuatu yang tidak sepenuhnya benar untuk memengaruhi pendengar (misalnya, “empat dari lima dokter gigi merekomendasikan,” tanpa menjelaskan konteks survei yang sebenarnya).
 - **Pernyataan Absolut:** Klaim yang mencakup “semua” tanpa pengecualian (misalnya, “semua pemerintah bobrok”), yang merusak integritas karena kurangnya spesifisitas.
2. **Patos (Emosi):** Dianggap sebagai alat persuasi yang paling kuat, patos bekerja dengan memicu respons emosional audiens terhadap suatu topik, membuat mereka lebih cenderung menerima klaim yang diajukan.
 3. **Logos (Logika):** Ini adalah daya tarik terhadap akal budi dan logika. Penggunaan fakta, data, dan statistik untuk meyakinkan audiens berdasarkan bukti rasional.

7.1.2.3 C. Ekspresi Kasih Sayang dan Keintiman

Kata-kata memiliki kekuatan untuk mengekspresikan kasih sayang, yang merupakan komponen vital dalam menjaga hubungan interpersonal. Komunikasi afektif tidak hanya baik untuk kesehatan hubungan tetapi juga untuk kesehatan individu. Sebuah studi menunjukkan bahwa pasangan yang sering mengkomunikasikan kasih sayang dalam dua tahun pertama pernikahan cenderung memiliki hubungan yang lebih langgeng 13 tahun kemudian.

7.1.2.4 D. Memberikan Kenyamanan dan Dukungan

Bahasa dapat berfungsi sebagai alat untuk menghibur orang lain yang sedang mengalami kesulitan atau diri sendiri.

- **Menghibur Orang Lain:** Ungkapan sederhana seperti, “Saya turut prihatin kamu mengalami ini,” dapat menunjukkan empati, mengakui perasaan orang tersebut, dan menawarkan dukungan tulus.
- **Menghibur Diri Sendiri:** Mengungkapkan kesusahan hati kepada orang lain, menuliskannya dalam buku harian, atau berbagi melalui blog terbukti dapat memberikan kelegaan, menurunkan tingkat stres, dan meningkatkan perasaan positif terhadap diri sendiri.

7.1.3 II. Sifat dan Struktur Bahasa

Bahasa adalah sistem komunikasi unik yang dimiliki manusia, dicirikan oleh penggunaan simbol-simbol terstruktur (kata-kata) yang diatur oleh seperangkat aturan kompleks dan memiliki makna berlapis.

7.1.3.1 A. Bahasa Sebagai Sistem Simbol yang Arbitrer

Bahasa pada dasarnya bersifat simbolik. Kata-kata mewakili ide atau objek, tetapi kata itu sendiri bukanlah objek yang diwakilinya. Hubungan antara kata dan maknanya bersifat **arbitrer**, artinya makna tersebut ada karena kesepakatan bersama para penggunanya. Karena sifat arbitrer ini, makna kata dapat berubah seiring waktu sesuai dengan kesepakatan sosial yang baru.

7.1.3.2 B. Aturan-Aturan yang Mengatur Bahasa

Agar dapat dipahami, bahasa diatur oleh empat jenis aturan yang digunakan secara intuitif oleh penutur yang mahir.

- **Aturan Fonologis:** Mengatur bagaimana bunyi diucapkan untuk membentuk kata (*pronunciation*).
- **Aturan Sintaksis:** Mengatur cara kata-kata digabungkan untuk membentuk kalimat yang benar secara gramatikal.
- **Aturan Semantik:** Berkaitan dengan makna dari setiap kata.
- **Aturan Pragmatis:** Mengatur interpretasi makna berdasarkan konteks sosial dan budaya saat kata itu digunakan.

7.1.3.3 C. Lapisan Makna: Denotatif dan Konotatif

Kata-kata sering kali memiliki lebih dari satu lapisan makna, yang dapat dibedakan menjadi dua jenis utama.

Jenis Makna	Deskripsi	Contoh: Kata “Rumah”
Denotatif	Makna literal, objektif, atau definisi kamus dari sebuah kata.	Sebuah bangunan fisik tempat tinggal.

Konotatif	Makna tersirat, subjektif, dan emosional yang melekat pada sebuah kata, yang bisa berbeda bagi setiap orang.	Tempat berkumpul keluarga, rasa aman, kehangatan, atau tempat pulang setelah beraktivitas.
------------------	--	--

- **Segitiga Semantik:** Model ini menggambarkan hubungan antara tiga elemen: **simbol** (kata itu sendiri), **makna denotatif** (objek atau referen yang ditunjuk), dan **makna konotatif** (pikiran atau referensi subjektif yang muncul di benak pendengar).
- **Loaded Language (Bahasa Berbobot):** Ini adalah kata-kata yang makna denotatifnya mungkin netral, tetapi memiliki konotasi emosional yang sangat kuat (positif atau negatif). Contohnya termasuk “kanker,” “merdeka,” “keluarga,” dan “damai.” Kata-kata ini sangat efektif dalam persuasi karena kemampuannya membangkitkan emosi yang kuat.

7.1.3.4 D. Variasi Bahasa: Kejelasan dan Abstraksi

- **Kejelasan:** Karena banyak kata memiliki lebih dari satu arti, bahasa dapat menjadi ambigu. Kejelasan sering kali bergantung pada konteks kalimat atau situasi di mana kata tersebut digunakan.
- **Abstraksi:** Bahasa bervariasi dari konkret ke abstrak.
 - **Konkret:** Merujuk pada sesuatu yang dapat diidentifikasi secara spesifik dan dapat dirasakan oleh indra.
 - **Abstrak:** Merujuk pada konsep, ide, atau kategori yang lebih luas yang tidak dapat ditunjuk secara fisik.

7.1.3.5 E. Hubungan Bahasa dan Budaya: Hipotesis Sapir-Whorf

Bahasa dan budaya saling terkait erat. Budaya (misalnya, kolektif vs. individualistik) memengaruhi pilihan kata dan gaya komunikasi. Hipotesis Sapir-Whorf mengemukakan bahwa bahasa membentuk cara kita memandang dunia melalui dua prinsip:

1. **Determinisme Linguistik:** Struktur bahasa *menentukan* cara kita berpikir. Jika sebuah bahasa tidak memiliki kata untuk suatu konsep, maka penuturnya tidak dapat memikirkan konsep tersebut.
2. **Relativitas Linguistik:** Orang yang menggunakan bahasa berbeda akan melihat dan memahami dunia dengan cara yang berbeda pula.

7.1.4 III. Membangun Iklim Komunikasi yang Positif

Menciptakan suasana komunikasi yang kondusif dan suportif adalah kunci untuk interaksi yang sukses. Ini melibatkan penggunaan pesan yang membangun, menghindari defensif, dan memahami perbedaan antara fakta dan opini.

7.1.4.1 A. Pesan Mengkonfirmasi vs. Diskonfirmasi

Cara kita merespons orang lain dapat membangun atau merusak iklim komunikasi.

Tipe Pesan	Deskripsi	Contoh Respons
Mengkonfirmasi	Mengakui keberadaan, perasaan, dan pikiran orang lain, bahkan jika kita tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa kita mendengar dan menghargai sudut pandang mereka.	“Saya bisa memahami mengapa kamu merasa seperti itu.”
Diskonfirmasi	Mengabaikan atau menolak nilai orang lain. Ini membuat mereka merasa tidak dihargai atau tidak ada.	Diam, mengalihkan topik, respons tidak relevan, generalisasi (“Kamu selalu...”), atau jawaban impersonal (“Yah, hidup memang berat.”).

7.1.4.2 B. Strategi Menghindari Respons Defensif

Untuk berkomunikasi secara efektif tanpa membuat lawan bicara membela diri, beberapa strategi dapat diterapkan:

- **Deskriptif, Bukan Evaluatif:** Jelaskan apa yang terjadi, bukan menghakimi (“Tugas ini perlu lebih detail” vs. “Kerjaanmu jelek”).
- **Berorientasi pada Masalah, Bukan Kontrol:** Ajak orang lain berdiskusi untuk mencari solusi bersama, bukan memaksakan kehendak.
- **Tunjukkan Empati dan Kepedulian:** Pastikan orang lain tahu bahwa kita peduli dengan perasaan mereka.
- **Hindari Superioritas:** Bersikap terbuka terhadap ide orang lain dan jangan bersikap seolah-olah serba tahu.

- **Memberikan Umpan Balik Secara Konstruktif:** Jika umpan balik diperlukan, mulailah dengan hal positif sebelum menyampaikan area yang perlu perbaikan.

7.1.4.3 C. Kepemilikan Perasaan: Pernyataan “Saya” vs. “Kamu” (*I-Statements* vs. *You-Statements*)

Komunikator yang baik mengambil kepemilikan atas pikiran dan perasaan mereka sendiri.

- ***You-Statement* (Menyalahkan):** “Kamu membuat saya marah karena tidak mengunci gerbang.” Pernyataan ini menempatkan tanggung jawab emosi pada orang lain dan cenderung memicu defensif.
- ***I-Statement* (Mengambil Kepemilikan):** “Saya merasa kesal saat menemukan gerbang tidak terkunci karena saya khawatir tentang keamanan.” Pernyataan ini mengakui perasaan pribadi tanpa menyalahkan, membuka jalan untuk solusi konstruktif.

7.1.4.4 D. Membedakan Fakta dan Opini

Banyak konflik muncul karena kegagalan membedakan antara klaim faktual dan opini.

- **Klaim Faktual:** Pernyataan yang dapat diverifikasi kebenarannya (benar atau salah) dengan bukti.
- **Opini:** Pernyataan yang mengungkapkan penilaian atau keyakinan pribadi. Respons yang tepat untuk opini adalah “setuju” atau “tidak setuju,” bukan “benar” atau “salah.” Menyatakan opini orang lain “salah” tidak produktif dan hanya memicu perdebatan sia-sia.

7.1.5 IV. Penggunaan dan Penyalahgunaan Bahasa

Bahasa dapat digunakan untuk tujuan positif seperti membangun keakraban melalui humor, atau disalahgunakan untuk menipu, mengucilkan, dan menyakiti orang lain.

7.1.5.1 A. Humor: Pembangun Hubungan dan Potensi Kerusakan

Humor muncul dari pelanggaran terhadap ekspektasi.

- **Penggunaan Positif:** Meredakan ketegangan, membuat orang merasa nyaman, dan memperkuat keintiman saat tertawa bersama.
- **Penyalahgunaan:** Lelucon yang merendahkan, kejam, melecehkan fisik, atau menyinggung kelompok sosial tertentu dapat menyebabkan kerusakan emosional yang serius.

7.1.5.2 B. Eufemisme: Penghalusan Bahasa dan Desensitisasi

Eufemisme adalah ekspresi halus yang digunakan untuk menggantikan istilah yang dianggap kasar atau tidak menyenangkan.

- **Penggunaan Positif:** Membantu membahas topik yang sensitif atau tidak nyaman secara lebih sopan (misalnya, “merampingkan” untuk PHK).
- **Penyalahgunaan:** Dapat menyebabkan desensitisasi terhadap hal-hal yang buruk atau kejam, seperti penggunaan istilah “*collateral damage*” untuk korban sipil dalam perang.

7.1.5.3 C. Slang dan Jargon: Inklusi dan Eksklusi

- **Slang:** Bahasa informal yang digunakan oleh kelompok sosial atau co-culture tertentu (berdasarkan usia, daerah, dll.).
- **Jargon:** Kosakata teknis atau khusus yang digunakan dalam suatu profesi atau bidang tertentu.
- **Dampak Ganda:** Di satu sisi, slang dan jargon dapat memperkuat identitas dan rasa kebersamaan di dalam kelompok. Di sisi lain, keduanya dapat mengucilkan atau membuat orang di luar kelompok merasa tersisih.

7.1.5.4 D. Penyalahgunaan Destruktif: Pencemaran Nama Baik, Kata Vulgar, dan Ujaran Kebencian

Ini adalah contoh ekstrem dari penyalahgunaan kekuatan bahasa.

- **Pencemaran Nama Baik (Fitnah):** Pernyataan yang sengaja disebarkan untuk merusak reputasi seseorang. Ini bisa berupa **Slander** (lisan) atau **Libel** (tertulis). Pernyataan tersebut bisa jadi tidak benar, atau bahkan informasi benar yang bersifat pribadi dan disebarkan tanpa kepentingan publik untuk tujuan merendahkan.
- **Kata-kata Vulgar (Profanitas):** Bahasa kasar yang sering digunakan untuk mengungkapkan keterkejutan, kemarahan, atau untuk menghina orang lain. Meskipun dalam konteks pertemanan yang sangat dekat dapat ditoleransi, secara umum penggunaannya harus dihindari.
- **Ujaran Kebencian (*Hate Speech*):** Bentuk bahasa yang secara spesifik ditujukan untuk merendahkan, mengintimidasi, atau mengobarkan kekerasan terhadap individu atau kelompok berdasarkan karakteristik tertentu seperti etnis, agama, jenis kelamin, atau orientasi seksual.

7.1.6 V. Panduan Komunikasi di Era Digital

Komunikasi melalui platform digital memiliki karakteristik unik yang menuntut kesadaran dan kehati-hatian ekstra.

1. **Jangan Mengharapkan Respons Instan:** Bersabarlah dan jangan mudah tersinggung jika pesan tidak segera dibalas. Kita tidak pernah tahu situasi yang sedang dihadapi oleh penerima pesan.
2. **Hindari Platform Digital untuk Isu Sensitif:** Jangan menggunakan email atau pesan teks untuk menyampaikan keputusan penting yang berdampak besar pada hubungan personal, seperti pemutusan hubungan kerja atau perceraian. Hal-hal seperti ini lebih baik dibicarakan secara langsung.
3. **Minta Izin Sebelum Berbagi:** Selalu minta izin sebelum membagikan foto atau informasi pribadi orang lain.
4. **Waspada terhadap Koreksi Otomatis (*Autocorrect*):** Selalu periksa kembali tulisan sebelum menekan tombol kirim untuk menghindari kesalahpahaman fatal akibat koreksi otomatis.
5. **Tafsirkan Pesan dengan Hati-hati:** Ingatlah bahwa komunikasi digital bersifat “ramping” dan sering kali kehilangan nuansa nonverbal. Sebelum bereaksi negatif, pertimbangkan kemungkinan interpretasi lain dari pesan yang diterima dan jangan ragu untuk meminta klarifikasi.

7.2 SESI 2: Kekuatan Tersembunyi di Balik Kata-Kata: Panduan untuk Memahami dan Menggunakannya

7.2.1 1. Pendahuluan: Lebih dari Sekadar Ucapan

Dari semua makhluk hidup yang kita kenal, hanya manusia yang memiliki kemampuan canggih untuk belajar dan menggunakan simbol-simbol terstruktur yang kita sebut ‘bahasa’. Kemampuan ini memungkinkan kita untuk mewakili gagasan, perasaan, dan pikiran kita kepada orang lain. Namun, kata-kata bukan hanya sekadar alat untuk menyampaikan informasi. Kata-kata adalah perangkat yang sangat kuat, mampu membentuk pikiran, membangkitkan perasaan, dan mendorong tindakan.

Dokumen ini akan mengajak Anda menjelajahi berbagai dimensi kekuatan kata-kata. Kita akan melihat bagaimana bahasa dapat digunakan untuk membujuk, menunjukkan kasih sayang, memberikan hiburan, dan bagaimana kita dapat memegang kekuatan ini dengan lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

7.2.2 2. Kekuatan Membujuk: Menggerakkan Hati dan Pikiran

Setiap hari, kita menghabiskan banyak waktu untuk membujuk (mempersuasi) orang lain atau sebaliknya, dibujuk oleh mereka. **Persuasi** adalah proses menggerakkan orang lain untuk memiliki pemikiran tertentu atau melakukan tindakan dengan cara tertentu. Ribuan tahun yang lalu, filsuf Yunani Aristoteles mengidentifikasi tiga pilar fundamental yang membuat sebuah pesan menjadi persuasif: Ethos, Pathos, dan Logos. Hingga hari ini, ketiganya masih menjadi inti dari komunikasi yang efektif.

7.2.2.1 2.1. Ethos: Kekuatan Kredibilitas

Ethos adalah daya tarik yang berpusat pada **kredibilitas dan karakter** pembicara. Sederhananya, mengapa kita lebih percaya pada nasihat dokter tentang kesehatan daripada nasihat orang asing di jalan? Jawabannya adalah Ethos. Audiens akan lebih mudah dibujuk jika mereka memandang pembicara sebagai seseorang yang kompeten, dapat dipercaya, dan memiliki integritas. Ketika audiens menghormati Anda, mereka akan lebih terbuka terhadap pesan yang Anda sampaikan.

Namun, sama seperti membangun kredibilitas, pilihan kata yang salah justru dapat merusaknya. Beberapa jebakan bahasa yang umum dapat membuat seorang pembicara terdengar kurang kredibel, di antaranya:

- **Klise (Clichés):** Ini adalah frasa yang terlalu sering digunakan hingga kehilangan maknanya dan terdengar basi. Mengatakan, “Mari kita berpikir *out of the box*,” bisa membuat seorang pembicara terdengar tidak orisinal.
- **Dialek (Dialects):** Meskipun tidak adil, terkadang dialek kedaerahan atau sosial tertentu dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap kredibilitas seorang pembicara.
- **Bahasa yang Ragu-ragu:** Menggunakan kata-kata yang sengaja dibuat kabur atau tidak jelas dapat membuat audiens merasa pembicara tidak dapat dipercaya atau tidak berkomitmen pada ucapannya.

7.2.2.2 2.2. Pathos: Kekuatan Emosi

Pathos adalah daya tarik yang bertujuan untuk **membangkitkan emosi** pendengar. Dari ketiga pilar, Pathos seringkali dianggap sebagai alat persuasi yang paling kuat karena keputusan manusia seringkali didorong oleh perasaan, bukan murni logika. Iklan yang membuat kita terharu, pidato yang membangkitkan semangat kebangsaan, atau cerita yang membuat kita merasa bahagia adalah contoh penggunaan Pathos untuk memicu respons emosional dan membuat pesan lebih mudah diterima.

7.2.2.3 2.3. Logos: Kekuatan Logika

Logos adalah daya tarik yang menggunakan **akal sehat, fakta, dan statistik** untuk membangun argumen yang meyakinkan. Ketika sebuah pesan didukung oleh data, audiens akan melihatnya sebagai sesuatu yang rasional. Namun, pilar ini juga bisa dimanipulasi. Perhatikan contoh klasik berikut:

“Empat dari lima dokter gigi merekomendasikan odol ini.”

Kalimat ini terdengar logis (Logos), tetapi bisa jadi menyesatkan. Istilah seperti ini disebut **“kata-kata musang”** (*weasel words*)—frasa yang menyiratkan sesuatu tanpa menyatakannya secara gamblang. Mungkin saja perusahaan hanya bertanya kepada lima dokter gigi yang sudah mereka kenal. Meskipun secara teknis tidak berbohong, penggunaan logika yang licik seperti ini dapat merusak kredibilitas (Ethos) pembicara dalam jangka panjang jika audiens merasa tertipu.

7.2.2.4 2.4. Ringkasan Pilar Persuasi

Tabel berikut merangkum ketiga pilar persuasi untuk memudahkan pemahaman.

Pilar Persuasi	Fokus Utama	Contoh Sederhana dalam Kalimat
Ethos	Kredibilitas & Kepercayaan	“Sebagai seorang ahli gizi, saya menyarankan...”
Pathos	Emosi & Perasaan	“Bayangkan kebahagiaan anak-anak saat menerima hadiah ini.”
Logos	Logika & Fakta	“Berdasarkan data survei, 80% pengguna merasa puas.”

Selain untuk meyakinkan orang lain, kata-kata juga memiliki kekuatan luar biasa untuk mempererat ikatan antarmanusia.

7.2.3 3. Kata-kata yang Membangun Jembatan Emosional

Kata-kata adalah fondasi utama untuk membangun, merawat, dan memperbaiki hubungan. Melalui bahasa, kita dapat berbagi dunia batin kita dengan orang lain, menciptakan koneksi yang mendalam dan bermakna.

7.2.3.1 3.1. Menyatakan Kasih Sayang dan Keintiman

Mengungkapkan perasaan kasih sayang secara verbal adalah bagian vital dalam menjaga sebuah hubungan. Ini bukan hanya sekadar perasaan yang menyenangkan, tetapi juga memiliki dampak nyata. Sebuah studi menemukan bahwa pasangan yang sering mengkomunikasikan kasih sayang di awal pernikahan mereka cenderung memiliki hubungan yang jauh lebih langgeng bertahun-tahun kemudian. Lebih dari itu, mengekspresikan dan menerima afeksi juga terbukti baik untuk kesehatan fisik dan mental kita.

7.2.3.2 3.2. Memberi Penghiburan di Masa Sulit

Di saat seseorang mengalami kesulitan atau kehilangan, kata-kata yang tepat dapat berfungsi sebagai obat yang menyembuhkan. Terkadang, kita bingung harus berkata apa, namun kalimat sederhana yang menunjukkan empati bisa sangat berarti. Mengatakan:

“Saya ikut sedih kamu mengalami ini.”

sudah cukup untuk menunjukkan bahwa kita mengakui perasaan mereka dan menawarkan dukungan. Selain menghibur orang lain, kita juga bisa menggunakan kata-kata untuk menghibur diri sendiri. Menuliskan kegundahan dalam buku harian atau blog terbukti dapat menurunkan tingkat stres dan membantu kita merasa lebih baik.

7.2.3.3 3.3. Menciptakan Iklim Komunikasi yang Positif

Cara kita berkomunikasi menentukan “suasana” atau iklim dalam sebuah interaksi. Untuk menciptakan iklim yang positif dan suportif, ada dua strategi kunci yang bisa kita terapkan:

- **Gunakan Pesan yang Mengonfirmasi (Confirming Messages)** Pesan ini mengakui keberadaan, pikiran, dan perasaan orang lain, bahkan jika kita tidak setuju dengan mereka. Ini menunjukkan bahwa kita mendengar dan menghargai mereka. Sebaliknya, **pesan diskonfirmasi** membuat orang lain merasa tidak dianggap. Beberapa bentuknya antara lain:
 - **Respons Kedap:** Diam atau sama sekali tidak memberikan respons.
 - **Respons yang Tidak Relevan:** Mengalihkan pembicaraan ke topik yang tidak berhubungan.
 - **Generalisasi:** Menanggapi keluhan spesifik dengan pernyataan umum yang menyapu rata, seperti, “Kamu selalu mikir tentang kamu saja.”
 - **Respons yang Tidak Personal:** Menjawab curahan hati personal dengan kalimat klise yang umum, seperti, “Ya memang hidup ini penuh penderitaan.”

- **Gunakan “I-Statement” (Pernyataan Saya)** Strategi ini adalah tentang mengambil kepemilikan atas perasaan kita sendiri, alih-alih menyalahkan orang lain. Perhatikan perbedaan antara dua pendekatan berikut saat menghadapi teman kos yang lupa mengunci gerbang:
- “I-Statement” jauh lebih efektif karena memungkinkan kita untuk menyatakan perasaan dan mengatasi masalah tanpa membuat orang lain merasa diserang dan bersikap defensif.

Namun, kekuatan yang sama yang dapat membangun jembatan juga dapat digunakan untuk menciptakan jarak dan bahkan merusak.

7.2.4 4. Pedang Bermata Dua: Penggunaan dan Penyalahgunaan Bahasa

Banyak bentuk bahasa memiliki dua sisi: satu yang dapat menghubungkan, dan satu lagi yang dapat menyakiti. Memahami kedua sisi ini penting agar kita bisa menggunakan bahasa secara sadar.

Bentuk Bahasa	Penggunaan Positif (Membangun)	Penyalahgunaan Negatif (Merusak)
Humor	Memperkuat keintiman dan membuat suasana rileks saat tertawa bersama.	Lelucon yang merendahkan, melecehkan, atau mengorbankan orang lain untuk ditertawakan.
Eufemisme (Penghalusan)	Membantu membicarakan topik sensitif dengan lebih halus (misal: “merampingkan” untuk PHK).	Membuat kita tidak peka terhadap hal-hal buruk (misal: “kerusakan kolateral” untuk korban sipil).
Bahasa Gaul/Jargon	Menciptakan identitas dan keakraban dalam satu kelompok (rekan kerja, teman sebaya).	Mengucilkan atau membuat orang di luar kelompok merasa tersisih dan tidak paham.

7.2.4.1 4.1. Bahasa yang Secara Terang-terangan Merusak

Selain penyalahgunaan di atas, ada bentuk-bentuk bahasa yang tujuannya memang secara inheren negatif dan merusak. Dua di antaranya yang paling berbahaya adalah:

1. **Pencemaran Nama Baik (Fitnah)** Ini adalah pernyataan yang sengaja disebarakan dengan tujuan merusak reputasi seseorang. Ada dua bentuk utama: *Slander* (fitnah lisan) dan *Libel* (fitnah tertulis). Fitnah tertulis sering dianggap lebih serius karena sifatnya yang permanen dan dapat disebarakan lebih luas.
2. **Ujaran Kebencian (Hate Speech)** Ini adalah bentuk ucapan yang secara spesifik dimaksudkan untuk merendahkan atau mengintimidasi sekelompok orang berdasarkan identitas mereka (seperti suku, agama, jenis kelamin, dll.). Ujaran kebencian sangat berbahaya karena dapat memicu dan mengobarkan semangat untuk melakukan kekerasan.

Lalu, apa yang membuat kata-kata memiliki bobot dan kekuatan sebesar ini? Jawabannya terletak pada sifat dasar bahasa itu sendiri.

7.2.5 5. Di Balik Layar: Mengapa Kata-kata Begitu Berpengaruh?

Kekuatan sebuah kata tidak terletak pada susunan huruf atau bunyinya, melainkan pada makna yang kita—sebagai masyarakat—sepakati bersama untuk melekat padanya. Makna ini memiliki beberapa lapisan yang kompleks.

7.2.5.1 5.1. Makna Denotatif vs. Konotatif

Setiap kata memiliki setidaknya dua lapisan makna:

- **Makna Denotatif:** Ini adalah makna harfiah, objektif, atau “makna kamus” dari sebuah kata.
- **Makna Konotatif:** Ini adalah makna tersirat, subjektif, atau emosional yang kita lekatkan pada sebuah kata berdasarkan pengalaman dan asosiasi pribadi atau budaya.

Mari kita ambil contoh kata “**kucing**”:

- **Denotasi:** Seekor hewan mamalia domestik dari famili Felidae. (Definisi netral dan literal).
- **Konotasi:** Bagi seorang pecinta kucing, konotasinya mungkin “lucu, berbulu halus, dan menggemaskan.” Namun, bagi orang yang tidak suka atau alergi, konotasinya bisa jadi “menjijikkan, bau, dan menyebalkan.”

7.2.5.2 5.2. Bahasa Bermuatan (Loaded Language)

Ini adalah kata-kata yang makna denotatifnya mungkin netral, tetapi memiliki muatan emosional (konotatif) yang sangat kuat. Konsep ini dikenal sebagai *Loaded Language*, atau seperti yang digambarkan dalam sumbernya, “**bahasa lloodit**”—kata-kata yang memiliki “**bobot**” emosional yang signifikan. Kata-kata ini adalah alat yang sangat efektif dalam persuasi (terutama Pathos) karena kemampuannya membangkitkan emosi yang kuat secara instan.

- **Contoh Bermuatan Negatif: “kanker”.** Menggambarkan sesuatu sebagai “kanker masyarakat” langsung menciptakan konotasi yang sangat negatif.
- **Contoh Bermuatan Positif: “keluarga,” “damai,” dan “merdeka”.** Kata-kata ini cenderung memicu perasaan dan asosiasi yang sangat positif di benak kebanyakan orang.

7.2.6 6. Kesimpulan: Gunakan Kekuatanmu dengan Bijak

Kata-kata adalah salah satu alat paling kuat yang kita miliki. Seperti yang telah kita lihat, bahasa dapat digunakan untuk meyakinkan dan menggerakkan, untuk membangun hubungan yang dalam dan menyembuhkan luka emosional. Namun, di tangan yang salah atau dengan niat yang buruk, kekuatan yang sama bisa digunakan untuk merendahkan, memecah belah, dan menyakiti.

Setiap kali Anda berbicara atau menulis, sadariilah bahwa Anda sedang memegang kekuatan tersebut. Pilihlah kata-kata Anda dengan sadar dan bijaksana. Gunakan kekuatan Anda tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi untuk membangun, menghubungkan, dan menciptakan dampak positif bagi orang-orang di sekitar Anda.

7.3 Sesi 3: MEMORANDUM STRATEGIS: Kerangka Komunikasi Persuasif Berbasis Prinsip Aristoteles

UNTUK: Para Profesional

DARI: Pakar Strategi Komunikasi

TANGGAL: 23 September 2025

SUBJEK: Peningkatan Efektivitas Komunikasi Persuasif Melalui Kerangka Ethos, Pathos, dan Logos

7.3.1 1. Pendahuluan: Memanfaatkan Kekuatan Persuasi dalam Konteks Profesional

Dalam arena profesional, setiap interaksi adalah sebuah negosiasi pengaruh. Kemampuan untuk menggerakkan pemikiran dan tindakan secara etis—bukan melalui paksaan, tetapi melalui persuasi strategis—adalah kompetensi yang memisahkan manajer dari pemimpin dan ide biasa dari inovasi yang disruptif. Baik dalam memimpin tim, menegosiasikan kesepakatan, maupun mempresentasikan ide, kekuatan kata-kata yang kita pilih akan menentukan keberhasilan kita dalam membangun pengaruh dan mencapai tujuan.

Untuk menguasai seni ini, kita dapat merujuk pada kerangka retorika yang dirumuskan oleh filsuf Yunani, Aristoteles, lebih dari 2.000 tahun yang lalu. Model ini—yang terdiri dari Ethos, Pathos, dan Logos—terbukti tetap relevan dan sangat efektif untuk membangun pengaruh secara etis dan berkelanjutan di era modern. Memo strategis ini akan menguraikan ketiga pilar fundamental tersebut dan menyajikan panduan praktis untuk mengimplementasikannya dalam komunikasi profesional Anda sehari-hari.

7.3.2 2. Fondasi Persuasi: Tiga Pilar Retorika Aristoteles

Pemahaman mendalam tentang Ethos, Pathos, dan Logos adalah langkah fundamental dalam merancang komunikasi yang berdampak. Aristoteles mengidentifikasi ketiga elemen ini sebagai komponen utama yang meyakinkan audiens. Keberhasilan persuasi yang sesungguhnya tidak terletak pada penggunaan salah satu pilar secara dominan, melainkan pada kemampuan untuk menyeimbangkan ketiganya secara harmonis sesuai dengan konteks dan audiens yang dihadapi.

2.1. Ethos: Membangun Fondasi Kredibilitas dan Kepercayaan Ethos merujuk pada persepsi audiens terhadap kredibilitas, integritas, dan kompetensi pembicara atau lembaga yang diwakilinya. Sederhananya, audiens akan lebih mudah diyakinkan oleh individu yang mereka hormati dan percayai. Kredibilitas ini terbentuk ketika audiens merasa bahwa pembicara tidak memiliki kepentingan egoistis dan justru memikirkan kepentingan terbaik bagi mereka. Ketika Ethos seorang pembicara tinggi, audiens secara natural akan memberikan bobot lebih pada pesan yang disampaikan.

2.2. Pathos: Menggugah Resonansi Emosional Pathos adalah daya tarik yang ditujukan pada emosi audiens. Secara strategis, Pathos adalah alat persuasi yang paling kuat. Mekanismenya bekerja dengan memicu respons emosional terkait suatu topik, yang pada gilirannya membuat audiens lebih reseptif dan cenderung menerima klaim yang diajukan. Komunikasi yang berhasil memanfaatkan Pathos mampu menciptakan hubungan emosional yang melampaui sekadar logika, mendorong audiens untuk peduli dan bertindak.

2.3. Logos: Menyajikan Argumen yang Logis dan Masuk Akal Logos adalah pilar persuasi yang mengandalkan penalaran logis (*akal budi*), fakta, data, dan statistik untuk membangun argumen yang kokoh. Pendekatan ini bertujuan untuk meyakinkan audiens

melalui penalaran rasional mereka. Dengan menyajikan bukti yang kuat dan argumen yang terstruktur, Logos menunjukkan bahwa klaim yang diajukan tidak hanya beralasan tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan secara objektif.

Ketiga pilar ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan pesan yang utuh dan meyakinkan. Namun, fondasi dari semua persuasi yang efektif adalah Ethos. Tanpa kredibilitas yang kokoh, Pathos akan terasa sebagai manipulasi murahan, dan Logos akan dianggap sebagai data tanpa konteks yang dapat diabaikan. Bagian selanjutnya akan fokus pada cara praktis untuk membangun dan melindungi pilar fundamental ini.

7.3.3 3. Panduan Aksi: Membangun dan Menjaga Ethos (Kredibilitas)

Kredibilitas profesional tidak diberikan, melainkan dibangun—dan dipertahankan—melalui disiplin linguistik yang ketat. Setiap pilihan kata dapat memperkuat atau mengikis Ethos Anda. Bagian ini berfungsi sebagai panduan defensif untuk mengidentifikasi dan menetralkan ancaman linguistik umum terhadap kredibilitas Anda.

3.1. Perangkap Umum yang Merusak Kredibilitas

- **Klise:** Penggunaan frasa basi seperti “berpikir *out of the box*” dapat membuat seorang profesional terdengar tidak orisinal. (*Dampak: Merusak persepsi **kompetensi** karena menandakan kurangnya pemikiran orisinal.*)
- **Dialek yang Tidak Sesuai:** Meskipun tidak adil, audiens sering membuat penilaian berdasarkan dialek. Penggunaan dialek yang dianggap tidak cocok dengan konteks profesional dapat memicu penilaian negatif. (*Dampak: Dapat secara tidak sadar menurunkan persepsi **kompetensi** di mata audiens tertentu.*)
- **Bahasa Ragu-Ragu atau Kabur:** Ketidakjelasan dalam berbahasa sering kali diartikan sebagai kurangnya kompetensi, ketidakpercayaan diri, atau niat untuk menyembunyikan sesuatu. (*Dampak: Mengikis persepsi **kompetensi** dan **integritas** secara bersamaan.*)
- **“Kata-kata Musang” (*Weasel Words*):** Ini adalah kata-kata terselubung yang menyiratkan sesuatu yang tidak sepenuhnya benar untuk menyesatkan pendengar. Contoh klasiknya adalah “empat dari lima dokter gigi merekomendasikan produk ini,” yang bisa jadi hanya didasarkan pada survei terhadap lima orang dokter. (*Dampak: Menghancurkan persepsi **integritas** dan kepercayaan karena menyiratkan niat untuk menyesatkan.*)
- **Generalisasi Berlebihan:** Pernyataan absolut yang menggunakan kata “semua” atau “selalu” (misalnya, “semua pemerintah bobrok”) secara instan mengurangi kredibilitas karena klaim tersebut hampir mustahil dibuktikan. (*Dampak: Merusak persepsi **integritas** karena menunjukkan kurangnya analisis yang cermat dan kejujuran intelektual.*)

Menghindari jebakan-jebakan ini adalah langkah defensif yang krusial untuk melindungi kredibilitas Anda. Selanjutnya, kita akan beralih ke strategi proaktif untuk menciptakan lingkungan komunikasi yang mendukung diterimanya pesan persuasif.

7.3.4 4. Strategi Lanjutan: Menciptakan Iklim Komunikasi yang Reseptif

Sebelum argumen logis (Logos) dapat diterima, Anda harus terlebih dahulu menciptakan landasan psikologis yang reseptif. Sebuah argumen yang paling brilian sekalipun akan gagal jika disampaikan dalam iklim yang defensif atau negatif. Strategi berikut adalah teknik untuk ‘priming’ lingkungan komunikasi, secara proaktif menurunkan resistensi audiens dan membuat mereka lebih terbuka terhadap pengaruh.

4.1. Prioritaskan Pesan yang Mengkonfirmasi Pesan yang mengkonfirmasi adalah tindakan mengakui eksistensi, pemikiran, dan perasaan orang lain—bahkan jika kita tidak setuju dengan mereka. Ini menunjukkan bahwa kita mendengar dan menghargai sudut pandang mereka. Hal ini sangat kontras dengan “pesan yang diskonfirmasi,” seperti mengabaikan lawan bicara, memberikan respons tidak relevan, atau menggeneralisasi keluhan mereka (misalnya, “ah kamu cuma mikirin diri sendiri, selalu mikir tentang kamu saja begitu”). Dengan secara aktif memberikan konfirmasi, kita mengurangi resistensi dan membuka pintu untuk dialog yang produktif.

4.2. Ambil Kepemilikan Pesan dengan “I-Statement” Prinsip dasarnya adalah mengambil kepemilikan penuh (*ownership*) atas perasaan kita. Komunikator yang efektif memahami bahwa perasaan mereka adalah milik mereka sendiri, bukan sesuatu yang ‘disebabkan’ oleh orang lain. Kegagalan untuk memahami ini mengarah pada penggunaan “*You-statement*” (pernyataan kamu) yang bersifat menuduh dan memicu sikap defensif (misalnya, “Kamu membuat saya marah karena tidak mengunci pintu”). Sebaliknya, “*I-statement*” (pernyataan saya) berfokus pada perasaan kita sendiri tanpa menyalahkan. Contoh yang lebih konstruktif adalah, “Saya merasa kesal karena menemukan pintu tidak terkunci. Lingkungan ini tidak aman, dan saya khawatir kita bisa kecurian.” Pendekatan ini mengatasi masalah sambil menjaga martabat lawan bicara dan mencegah eskalasi konflik.

4.3. Bedakan antara Klaim Faktual dan Opini Konflik yang tidak perlu sering kali muncul karena kegagalan membedakan antara fakta dan opini. Klaim faktual adalah pernyataan yang dapat diverifikasi sebagai benar atau salah. Sementara itu, opini adalah penilaian pribadi yang hanya bisa disetujui atau tidak disetujui. Memperlakukan opini seolah-olah itu adalah fakta (misalnya, dengan mengatakan, “Pendapat kamu itu salah”) adalah tindakan yang tidak produktif dan memicu pertengkaran yang sia-sia. Cara yang lebih efektif adalah mengakui hak orang lain untuk memiliki pendapatnya, bahkan jika kita tidak setuju, dan kemudian menjelaskan perspektif kita dengan cara yang terhormat.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, kita menciptakan landasan psikologis yang subur di mana pesan persuasif kita lebih mungkin didengar, dipertimbangkan, dan diterima.

7.3.5 5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Persuasi yang efektif dan berkelanjutan bukanlah hasil dari satu taktik tunggal, melainkan perpaduan strategis antara kredibilitas personal (Ethos), resonansi emosional (Pathos), dan

argumen yang kuat (Logos). Ketiga pilar ini, ketika disampaikan dalam iklim komunikasi yang didasari oleh rasa saling menghargai, akan secara signifikan meningkatkan kemampuan kita untuk mempengaruhi dan memimpin secara positif, serta membuka kekuatan bahasa yang lebih luas untuk menghibur, menginspirasi, dan membangun hubungan yang mendalam.

Untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip ini secara langsung, berikut adalah beberapa langkah tindakan yang direkomendasikan:

- **Lakukan Audit Kredibilitas Diri:** Secara sadar, analisis pilihan bahasa Anda dalam komunikasi sehari-hari. Identifikasi dan kurangi kebiasaan yang mungkin merusak Ethos Anda, seperti penggunaan klise, bahasa yang kabur, atau generalisasi yang berlebihan.
- **Latih Penggunaan “I-Statement”:** Mulailah secara aktif mengganti “*You-statement*” yang bersifat menuduh dengan “*I-statement*” dalam interaksi Anda. Praktik ini akan membantu mengurangi konflik, mencegah sikap defensif dari lawan bicara, dan membangun dialog yang lebih konstruktif.
- **Fokus pada Keseimbangan Tiga Pilar:** Dalam setiap upaya persuasi—baik itu email, rapat, atau presentasi—rencanakan secara sadar bagaimana Anda akan membangun Ethos, membangkitkan Pathos yang relevan, dan mendukung argumen Anda dengan Logos yang solid. Keseimbangan ini adalah kunci untuk komunikasi yang benar-benar meyakinkan.

Menguasai kerangka ini bukan sekadar tentang memenangkan argumen, melainkan tentang membangun kepemimpinan yang berpengaruh dan berkelanjutan. Gunakan kekuatan ini dengan bijaksana.

7.4 SESI 4: Panduan Praktik Terbaik: Membangun Iklim Komunikasi yang Positif dan Suportif di Tempat Kerja

7.4.1 1. Pendahuluan: Mengapa Iklim Komunikasi Adalah Aset Strategis Manajer

Sebagai seorang manajer, alat paling strategis yang Anda miliki bukanlah perangkat lunak manajemen proyek atau analisis finansial, melainkan pilihan kata-kata Anda. Cara Anda berkomunikasi setiap hari—dalam rapat, email, atau percakapan informal—secara langsung membentuk *iklim komunikasi* di dalam tim. Penggunaan bahasa yang cermat bukanlah sekadar “nice-to-have” atau soal kesopanan; ini adalah alat fundamental untuk membangun kepercayaan, mengubah potensi konflik menjadi peluang perbaikan, dan mendorong kinerja serta inovasi tim.

Tujuan dari panduan ini adalah untuk membekali Anda dengan teknik-teknik konkret yang dapat segera diterapkan, berdasarkan prinsip-prinsip inti komunikasi interpersonal. Kita akan membahas cara menggunakan pesan yang membangun (mengkonfirmasi), menghindari

pemicu reaksi defensif, dan mengelola dialog yang sulit secara konstruktif. Dengan menguasai keterampilan ini, Anda dapat secara proaktif menciptakan lingkungan di mana setiap anggota tim merasa dihargai, aman untuk menyuarakan ide, dan termotivasi untuk berkontribusi secara maksimal.

Langkah pertama dalam perjalanan ini adalah memahami perbedaan krusial antara pesan yang membangun fondasi kepercayaan dan pesan yang tanpa disadari justru meruntuhkannya. Mari kita mulai dengan membedah konsep inti: pesan yang mengkonfirmasi versus pesan yang men-diskonfirmasi.

7.4.2 2. Fondasi Komunikasi Suportif: Kekuatan Pesan yang Mengkonfirmasi

Landasan dari setiap interaksi profesional yang sehat adalah penggunaan “pesan yang mengkonfirmasi”. Mengkonfirmasi seseorang bukan berarti Anda harus selalu setuju dengan mereka. Sebaliknya, ini adalah tindakan mendasar untuk mengakui keberadaan, perasaan, dan pemikiran mereka sebagai sesuatu yang valid dan layak didengar. Ketika anggota tim merasa keberadaan dan perspektif mereka diakui, mereka akan merasa dihargai, aman secara psikologis, dan lebih terbuka untuk berkolaborasi. Ini adalah langkah pertama dan paling esensial dalam membangun iklim yang suportif.

Secara definitif, kedua jenis pesan ini dapat dibedakan sebagai berikut:

- **Pesan yang Mengkonfirmasi:** Pesan yang secara eksplisit mengakui eksistensi, perasaan, dan pemikiran orang lain. Anda menunjukkan bahwa Anda mendengar dan memahami sudut pandang mereka, bahkan jika Anda tidak sepakat.
- **Pesan yang Men-diskonfirmasi:** Pesan atau respons yang mengabaikan, meniadakan, atau meremehkan orang lain. Respons ini secara efektif membuat lawan bicara merasa “tidak ada” atau tidak penting.

Perbedaan dampaknya sangat signifikan. Tabel berikut mengilustrasikan respons diskonfirmasi yang umum terjadi dan bagaimana Anda dapat mengubahnya menjadi interaksi yang mengkonfirmasi.

Respons yang Men-diskonfirmasi (Hindari)	Dampak Negatif dan Alternatif Konfirmasi (Praktikkan)
Respons Kedap/Diam: Sama sekali tidak memberikan respons saat seseorang berbicara atau mengajukan pertanyaan.	Dampak: Ini adalah bentuk pengabaian paling ekstrem, yang secara efektif “meniadakan” eksistensi orang tersebut. Alternatif: Berikan pengakuan singkat, bahkan jika Anda sibuk. <i>“Terima kasih sudah menyampaikan ini. Saya sedang fokus pada hal lain sekarang, bisakah kita diskusikan ini dalam 15 menit?”</i>

Mengabaikan: Secara sengaja mengalihkan pembicaraan atau mengabaikan kontribusi seseorang dalam diskusi.

Generalisasi Keluhan: Menggunakan kata-kata absolut seperti “*kamu selalu...*” atau “*kamu hanya memikirkan dirimu sendiri.*”

Respons Tidak Relevan: Menanggapi keluhan atau ide dengan topik yang sama sekali tidak berhubungan.

Respons Impersonal: Menjawab keluhan pribadi dengan klise atau generalisasi, seperti “*Ya memang hidup ini penuh penderitaan.*”

Dampak: Membuat individu merasa kontribusinya tidak berharga dan enggan untuk berbicara di kemudian

hari.

Alternatif: Akui kontribusi mereka sebelum melanjutkan. “*Itu poin yang menarik, Budi. Mari kita catat dulu dan kembali ke topik utama. Saya ingin mendengarnya lebih lanjut nanti.*”

Dampak: Serangan ini meniadakan identitas individu dan memicu defensif, bukan penyelesaian masalah.

Alternatif: Fokus pada perilaku spesifik dan dampaknya. Ganti “*Kamu selalu...*” dengan “*Ketika X terjadi, dampaknya adalah Y. Mari kita diskusikan bagaimana kita bisa mengatasinya.*”

Dampak: Mengirimkan sinyal bahwa Anda tidak mendengarkan atau tidak peduli dengan apa yang mereka

katakan.

Alternatif: Tetap pada topik. Jika Anda harus mengubahnya, lakukan transisi yang jelas. “*Saya paham kekhawatiranmu tentang A. Sebelum kita bahas solusinya, ada informasi penting tentang B yang perlu saya sampaikan.*”

Dampak: Menolak untuk mengakui pengalaman unik individu dan membuat mereka merasa

sendirian.

Alternatif: Tunjukkan empati dan akui perasaan mereka. **Tip**

Manajer: Hindari klise. Jika Anda tidak tahu harus berkata apa, mengakui perasaan mereka (“*Itu terdengar sangat sulit*”) jauh lebih kuat daripada menawarkan solusi atau generalisasi yang dangkal.

Serangan Verbal Langsung:

Menggunakan kata-kata yang secara sengaja menyakiti, meremehkan, atau menghina.

Dampak: Menghancurkan rasa aman psikologis secara total, membunuh kepercayaan, dan menciptakan lingkungan

kerja yang toksik.

Alternatif:

Pisahkan antara isu dan individu. Alih-alih menyerang orangnya, gunakan prinsip “Pernyataan Saya” (dibahas di Bab 4) untuk mengatasi masalah tanpa merendahkan martabat mereka.

Setelah Anda berhasil membangun fondasi dengan mengakui eksistensi dan pemikiran seseorang, langkah selanjutnya adalah memastikan cara Anda berkomunikasi tidak memicu perlawanan atau pembelaan diri, terutama saat menyampaikan umpan balik atau membahas masalah.

7.4.3 3. Mencegah Defensif: Teknik Komunikasi Non-Evaluatif

Reaksi defensif adalah respons alami manusia ketika merasa dihakimi, diserang, atau dikendalikan. Di tempat kerja, sikap defensif dapat mematikan dialog yang produktif, mengubah sesi umpan balik menjadi ajang perdebatan, dan merusak hubungan kerja. Tujuan Anda bukanlah memenangkan argumen, melainkan menjaga agar dialog tetap terbuka, kolaboratif, dan fokus pada solusi. Berikut adalah strategi proaktif untuk berkomunikasi dengan cara yang meminimalkan defensif.

- **Praktikkan Komunikasi Deskriptif, Hindari Evaluasi Personal** Daripada memberi label atau menghakimi seseorang (*evaluatif*), fokuslah untuk mendeskripsikan perilaku atau situasi secara objektif (*deskriptif*). Evaluasi bersifat personal dan sering kali memicu perlawanan.
 - *Evaluatif (Hindari)*: “Laporanmu berantakan.”
 - *Deskriptif (Gunakan)*: “Saya melihat ada beberapa bagian dalam laporan ini yang formatnya belum konsisten. Mari kita pastikan semuanya rapi sebelum dikirim ke klien.”
- **Fokus pada Solusi Kolaboratif, Bukan Pengendalian Sepihak** Ketika seorang manajer mencoba memaksakan kehendak atau solusi tunggal, anggota tim cenderung akan menolak. Pendekatan yang lebih efektif adalah mengundang kolaborasi dalam mencari solusi, yang meningkatkan kepemilikan dan komitmen.
 - *Pengendalian (Hindari)*: “Kamu harus menyelesaikan ini dengan cara X sekarang juga.”

- *Orientasi Masalah (Gunakan)*: “Kita menghadapi tantangan X. Menurutmu, apa pendekatan terbaik untuk menyelesaikannya?”
- **Bangun Kepercayaan Melalui Kepedulian dan Kesetaraan** Hindari sikap superior atau serba tahu. Tunjukkan bahwa Anda menghargai perspektif mereka dan terbuka terhadap ide-ide baru. Mengkomunikasikan bahwa Anda peduli pada mereka sebagai individu, bukan hanya sebagai unit produktivitas, akan membangun kepercayaan yang mendalam.
 - *Superior (Hindari)*: “Saya sudah lebih lama di sini, jadi dengarkan saja cara saya.”
 - *Kesetaraan (Gunakan)*: “Saya punya beberapa ide berdasarkan pengalaman saya, tapi saya ingin mendengar perspektifmu juga. Mungkin ada hal yang saya lewatkan.”
- **Gunakan Pertanyaan untuk Memahami, Bukan untuk Menghakimi** Sebelum memberikan umpan balik atau penilaian, ajukan pertanyaan terlebih dahulu untuk memahami konteks dan perspektif lawan bicara Anda. Ini menunjukkan bahwa Anda berusaha memahami, bukan hanya menghakimi.
 - *Menilai (Hindari)*: “Kamu terlambat menyerahkan tugas ini.”
 - *Bertanya (Gunakan)*: “Saya perhatikan tugas ini melewati tenggat waktu. Apakah ada kendala yang kamu hadapi?”

7.4.3.1 Cara Memberikan Umpan Balik yang Konstruktif

Bahkan dengan teknik di atas, ada kalanya umpan balik eksplisit diperlukan. Sebelum memberikannya, gunakan proses dua langkah strategis berikut:

1. **Lakukan Konfirmasi Terlebih Dahulu:** Tanyakan pada diri sendiri: *Apakah orang ini benar-benar memerlukan umpan balik, atau dia hanya perlu didengarkan?* Menawarkan telinga adalah tindakan **konfirmasi** yang kuat. Terkadang, yang dibutuhkan seseorang hanyalah ruang untuk meluapkan isi hatinya tanpa nasihat, yang akan memperkuat hubungan Anda.
2. **Pilih Jenis Umpan Balik yang Tepat:** Jika umpan balik memang diperlukan, pilih strategi Anda:
 - **Umpan Balik Nonevaluatif:** Jika tujuannya mendukung dan memastikan pemahaman, gunakan pendekatan ini. Ajukan pertanyaan klarifikasi dan parafrasakan apa yang mereka katakan (“*Jadi, jika saya memahaminya dengan benar, Anda merasa...*”) untuk menunjukkan bahwa Anda benar-benar mendengarkan.

- **Umpan Balik Evaluatif:** Jika perbaikan konkret diperlukan, gunakan struktur ini: *selalu mulai dengan sesuatu yang baik dan tulus*, baru kemudian sampaikan area yang perlu diperbaiki. Ini membantu lawan bicara tetap terbuka untuk menerima masukan.

Dari pencegahan defensif secara umum, mari kita beralih ke alat spesifik yang paling ampuh untuk mengelola konflik dan kepemilikan emosi: **“Pernyataan Saya”**.

7.4.4 4. Mengelola Konflik dengan ‘Pernyataan Saya’ (I-Statements)

Seorang komunikator yang matang memahami pentingnya “memiliki” (*ownership*) pikiran dan perasaan mereka sendiri. Kesalahan umum dalam konflik adalah berpikir bahwa orang lain *menyebabkan* perasaan kita. **‘Pernyataan Saya’ (I-Statement)** adalah alat linguistik yang memungkinkan kita mengklaim kepemilikan tersebut, mengubah potensi konflik menjadi peluang untuk perbaikan proses dan keselarasan tim. Ini adalah alat pamungkas untuk mempraktikkan komunikasi *deskriptif*, *berorientasi masalah*, dan penuh *kepedulian* yang telah kita bahas.

Perbedaannya sangat mendasar:

- **‘You-Statement’** (misalnya, “Kamu membuat saya marah”) cenderung menyalahkan, memicu defensif, dan mengescalasi konflik.
- **‘I-Statement’** berfokus pada perasaan pembicara dan dampaknya, memungkinkan dialog yang jujur tanpa menyerang orang lain.

Mari adaptasi sebuah studi kasus ke dalam konteks profesional. Bayangkan seorang rekan kerja sering lupa mengunci pintu ruang server yang berisi data sensitif.

- **Pendekatan yang Salah (You-Statement):**
- Pendekatan ini menyerang karakter (“tidak bertanggung jawab”), yang hampir pasti akan memicu pertengkaran, bukan solusi.
- **Pendekatan yang Benar (I-Statement):**

7.4.4.1 Formula ‘I-Statement’ yang Efektif

Gunakan formula empat langkah ini untuk menyusun pesan Anda secara konstruktif:

1. **Emosi Saya:** Mulailah dengan menyatakan perasaan Anda.

- *“Saya merasa... [khawatir/frustrasi/bingung]”*

2. **Perilaku Spesifik:** Deskripsikan situasi atau perilaku objektif yang memicu emosi tersebut. Ini kuncinya: fokus pada **situasi** (“pintu tidak terkunci”) bukan **tindakan orang lain** (“kamu tidak mengunci”), yang membuatnya terasa jauh lebih tidak menuduh.

- *“ketika saya melihat/menemukan... [deskripsi objektif dari perilaku: laporan belum selesai, data tidak konsisten]”*

3. **Dampak Konkret:** Jelaskan mengapa Anda merasakan hal itu dengan menguraikan dampak nyata dari perilaku tersebut.

- *“karena ini berdampak pada... [keamanan data/timeline proyek/kualitas kerja]”*

4. **Permintaan Solutif:** Nyatakan permintaan Anda dengan jelas dan positif, berfokus pada solusi di masa depan.

- *“Saya akan sangat menghargai jika kita bisa... [permintaan yang jelas dan positif]”*

Dengan menguasai ‘I-Statement’, Anda memindahkan fokus dari menyalahkan ke penyelesaian masalah kolaboratif. Ini adalah jembatan dari kejelasan emosional ke kejelasan faktual, yang membawa kita pada keterampilan penting berikutnya.

7.4.5 5. Membedakan Fakta dan Opini untuk Dialog yang Konstruktif

Banyak konflik di tempat kerja berasal dari kegagalan membedakan antara klaim faktual yang dapat diverifikasi dan penilaian pribadi (opini). Menguasai perbedaan ini adalah keterampilan penting untuk menjaga diskusi tetap rasional, berbasis data, dan terhindar dari perdebatan yang tidak produktif.

- **Klaim Faktual:** Sebuah pernyataan yang dapat diverifikasi sebagai *benar* atau *salah* dengan bukti. Contoh: “Laporan penjualan kuartal lalu menunjukkan penurunan 5%.”
- **Opini:** Sebuah penilaian atau keyakinan pribadi. Respons yang tepat adalah *setuju* atau *tidak setuju*. Contoh: “Menurut saya, strategi pemasaran kita saat ini kurang efektif.”

Pegang teguh prinsip kunci berikut saat berhadapan dengan opini:

“Menyatakan bahwa opini seseorang ‘salah’ sama sekali tidak berguna dan hanya akan menimbulkan pertengkaran. Opini tidak bisa salah; kita hanya bisa setuju atau tidak setuju dengannya.”

Alih-alih mencoba “memperbaiki” opini orang lain, gunakan strategi tiga langkah yang lebih profesional dan konstruktif saat Anda tidak setuju:

1. **Pahami:** Berusahalah untuk benar-benar memahami *mengapa* orang tersebut memiliki pandangan tersebut.

- **Gunakan Skrip ini:** *“Bantu saya memahami lebih jauh, apa yang mendasari pandangan Anda?”* atau *“Itu perspektif yang menarik. Bisakah Anda jelaskan lebih lanjut?”*
2. **Akui:** Akui hak mereka untuk memiliki pendapat tersebut, bahkan jika Anda tidak setuju. Ini menunjukkan rasa hormat.
- **Gunakan Skrip ini:** *“Terima kasih sudah berbagi. Saya bisa melihat alur berpikir Anda untuk sampai ke sana.”*
3. **Nyatakan:** Sampaikan dengan hormat bahwa Anda memiliki pandangan yang berbeda, tanpa menyiratkan bahwa pandangan mereka tidak valid.
- **Gunakan Skrip ini:** *“Saya menghargai pandangan itu. Dari sisi saya, saya melihatnya sedikit berbeda, di mana...”*

Fokusnya adalah menciptakan dialog di mana berbagai perspektif dapat didiskusikan secara terbuka untuk mencapai keputusan terbaik, bukan memenangkan perdebatan.

7.4.6 6. Kesimpulan: Komitmen Manajer terhadap Komunikasi Sadar

Membangun iklim komunikasi yang suportif bukanlah hasil dari satu kali pelatihan, melainkan komitmen sadar seorang manajer untuk mempraktikkan keunggulan komunikasi setiap hari. Ini bukan lagi *soft skill*, melainkan kompetensi kepemimpinan inti yang mendorong keunggulan kompetitif. Panduan ini telah menguraikan pilar-pilar utamanya: **pesan yang mengkonfirmasi** untuk membuat setiap orang merasa dihargai, **teknik non-defensif** untuk menjaga dialog tetap terbuka, **‘I-Statements’** untuk mengelola konflik secara dewasa, dan kemampuan untuk **membedakan fakta dari opini** untuk menjaga diskusi tetap produktif.

Sebagai seorang pemimpin, setiap kata yang Anda ucapkan memiliki kekuatan untuk membangun atau merusak, untuk menginspirasi atau mematahkan semangat. Praktikkan prinsip-prinsip ini dengan sengaja dalam setiap interaksi. Proses ini adalah sebuah perjalanan berkelanjutan, namun imbalannya sangat besar: sebuah tim yang lebih kohesif, inovatif, dan tangguh. Pada akhirnya, warisan kepemimpinan Anda tidak diukur dari proyek yang selesai, tetapi dari kualitas percakapan yang Anda pimpin di sepanjang jalan.

7.5 Pekerjaan Rumah: Kuis 4

Panduan ini dirancang untuk meninjau dan memperdalam pemahaman mengenai kekuatan, sifat, dan penggunaan bahasa dalam komunikasi interpersonal berdasarkan konteks yang disediakan. Dokumen ini mencakup kuis singkat, soal esai untuk refleksi lebih lanjut, dan glosarium istilah-istilah kunci.

7.5.1 Kuis Pemahaman

Jawablah setiap pertanyaan berikut dalam 2-3 kalimat, berdasarkan informasi yang terdapat dalam materi sumber.

1. Mengapa nama dianggap sebagai perangkat linguistik yang sangat kuat?
 2. Jelaskan secara singkat tiga pilar persuasi menurut Aristoteles: etos, patos, dan logos.
 3. Sebutkan dan jelaskan dua jenis bahasa yang dapat merusak kredibilitas seseorang saat berbicara.
 4. Apa perbedaan utama antara pesan yang mengkonfirmasi (confirming messages) dan pesan yang diskonfirmasi (disconfirming messages)?
 5. Jelaskan perbedaan mendasar antara *I-statement* (pernyataan saya) dan *you-statement* (pernyataan kamu) dalam mengambil kepemilikan atas perasaan.
 6. Bagaimana cara membedakan antara klaim faktual dan opini, serta bagaimana seharusnya kita menanggapi masing-masing?
 7. Apa itu efemisme dan berikan contoh penggunaannya? Apa potensi dampak negatif dari penggunaan efemisme?
 8. Jelaskan perbedaan antara arti denotatif dan arti konotatif dari sebuah kata, gunakan contoh kata “rumah”.
 9. Apa yang dimaksud dengan *loaded language* (bahasa yang berbobot/dimuati)?
 10. Jelaskan secara singkat dua prinsip dalam hipotesis Sapir-Whorf.
-

7.5.2 Soal Esai

1. Aristoteles mengidentifikasi etos, patos, dan logos sebagai pilar persuasi. Analisislah bagaimana seorang pembicara dapat menggunakan bahasa untuk membangun ketiga pilar ini secara efektif. Sebaliknya, jelaskan bagaimana pilihan kata yang salah (seperti ujaran kebencian, fitnah, atau klise) dapat menghancurkan ketiganya.
2. Jelaskan konsep “pesan yang mengkonfirmasi” dan “pesan yang diskonfirmasi”. Berikan skenario percakapan imajiner di mana satu orang menggunakan pesan diskonfirmasi, dan tulis ulang skenario tersebut untuk menunjukkan bagaimana penggunaan pesan konfirmasi dapat menciptakan iklim komunikasi yang lebih positif dan kondusif.

3. Konsep *I-statement* dan *you-statement* menekankan pentingnya kepemilikan atas perasaan. Mengapa mengambil kepemilikan atas perasaan kita sendiri sangat penting dalam komunikasi interpersonal? Hubungkan ide ini dengan upaya untuk menghindari respons defensif dari lawan bicara.
4. Bahasa memiliki lapisan makna (denotatif dan konotatif) serta bervariasi dalam tingkat abstraksi. Diskusikan bagaimana kesalahpahaman dalam komunikasi dapat timbul dari perbedaan interpretasi makna konotatif dan penggunaan kata-kata yang terlalu abstrak. Berikan contoh spesifik untuk mendukung argumen Anda.
5. Dengan mempertimbangkan pedoman komunikasi digital yang diuraikan dalam materi, analisislah tantangan unik yang muncul saat mencoba menyampaikan kasih sayang, memberikan hiburan (*comfort*), atau menyelesaikan konflik melalui platform seperti WhatsApp atau email. Bagaimana “kerampingan” komunikasi digital memengaruhi proses ini?

7.5.3 Glosarium Istilah Kunci

Istilah	Definisi
Arbitrer	Sifat bahasa di mana makna sebuah kata hanya didasarkan pada kesepakatan bersama para penggunanya, bukan karena hubungan inheren antara kata dan objek yang diwakilinya.
Aturan Fonologis	Aturan yang berkaitan dengan bagaimana kata-kata diucapkan (<i>pronunciation</i>) dalam suatu bahasa agar dapat dipahami secara seragam.
Aturan Pragmatis	Aturan yang mengatur bagaimana penggunaan kata-kata bergantung pada konteks sosial dan budaya. Makna ditentukan oleh situasi praktis saat bahasa digunakan.
Aturan Semantik	Aturan yang berkaitan dengan makna dari setiap kata. Ini merujuk pada definisi kata-kata dalam sebuah kalimat.
Aturan Sintaksis	Aturan yang mengatur cara menggabungkan kata-kata untuk membentuk kalimat yang benar secara tata bahasa.

Determinisme Linguistik	Bagian dari hipotesis Sapir-Whorf yang menyatakan bahwa struktur bahasa menentukan cara kita berpikir dan memandang dunia.
Dialek	Variasi dari satu bahasa yang didasarkan pada perbedaan regional atau sosial, yang dapat memengaruhi persepsi orang terhadap pembicara.
Efemisme	Ekspresi yang tidak jelas atau halus yang digunakan untuk melambangkan sesuatu yang umumnya dianggap buruk, kasar, atau tidak nyaman dibicarakan secara terbuka.
Etos	Pilar persuasi menurut Aristoteles yang berkaitan dengan kredibilitas, integritas, dan rasa hormat yang dimiliki audiens terhadap pembicara.
Fitnah (Pencemaran Nama Baik)	Pernyataan yang dengan sengaja merusak reputasi seseorang. Terdiri dari <i>slender</i> (lisan) dan <i>libel</i> (tertulis).
Humor	Sesuatu yang dianggap lucu karena melanggar ekspektasi. Dapat memperkuat keintiman, tetapi bisa disalahgunakan jika merendahkan orang lain.
I-Statement (Pernyataan Saya)	Pernyataan yang menunjukkan kepemilikan atas pikiran dan perasaan sendiri tanpa menyalahkan orang lain.
Jargon	Bahasa gaul atau kosakata khusus yang digunakan dalam kelompok profesional atau lingkungan kerja tertentu, yang mungkin tidak dipahami oleh orang di luar kelompok tersebut.
Klaim Faktual	Pernyataan yang kebenarannya dapat diverifikasi dengan bukti dan dapat dinilai sebagai “benar” atau “salah”.
Klise	Kata-kata atau frasa yang terlalu sering digunakan sehingga kehilangan maknanya dan dapat merusak kredibilitas pembicara.
Kredibilitas	Sejauh mana orang lain menganggap seseorang kompeten dan dapat dipercaya.

Loaded Language (Bahasa Berbobot)	Kata-kata yang memiliki arti denotatif netral tetapi arti konotatif yang sangat kuat (positif atau negatif), sehingga dapat membangkitkan emosi yang kuat.
Logos	Pilar persuasi menurut Aristoteles yang menggunakan akal budi, logika, fakta, dan data statistik untuk meyakinkan.
Makna Denotatif	Arti harfiah atau definisi kamus dari sebuah kata.
Makna Konotatif	Arti tersirat, subjektif, dan emosional dari sebuah kata yang dapat bervariasi antar individu.
Opini	Ungkapan penilaian atau keyakinan pribadi yang tidak dapat diverifikasi sebagai benar atau salah, melainkan ditanggapi dengan “setuju” atau “tidak setuju”.
Patos	Pilar persuasi menurut Aristoteles yang berfokus pada emosi, yaitu upaya untuk memicu perasaan audiens agar lebih menerima suatu klaim.
Persuasi	Proses mencoba menggerakkan orang untuk memiliki pemikiran tertentu atau melakukan tindakan tertentu.
Pesan Diskonfirmasi	Pesan yang mengabaikan, meniadakan, atau tidak mengakui keberadaan, perasaan, atau pemikiran orang lain.
Pesan Konfirmasi	Pesan yang mengakui keberadaan, perasaan, dan pemikiran orang lain, bahkan tanpa harus setuju sepenuhnya.
Relativitas Linguistik	Bagian dari hipotesis Sapir-Whorf yang menyatakan bahwa orang-orang dengan bahasa berbeda melihat dunia dengan cara yang berbeda.
Segitiga Semantik	Model yang menggambarkan hubungan antara simbol (kata), arti konotatif (pikiran atau referensi), dan arti denotatif (objek atau rujukan).
Slang	Bahasa informal yang digunakan oleh kelompok sosial atau generasi tertentu untuk mengidentifikasi diri sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Ujaran Kebencian (<i>Hate Speech</i>)	Bentuk kata-kata kasar yang dimaksudkan untuk merendahkan, mengintimidasi, atau mengobarkan kekerasan terhadap seseorang atau kelompok berdasarkan karakteristik tertentu.
Weasel Words (Kata-kata Musang)	Kata-kata terselubung atau kabur yang menyiratkan sesuatu yang tidak sepenuhnya benar untuk menyesatkan pendengar.
You-Statement (Pernyataan Kamu)	Pernyataan yang cenderung menyalahkan orang lain sebagai penyebab perasaan atau masalah yang dialami.

8 Kuliah 5

9 Memahami Bahasa Sunyi: Panduan Komunikasi Nonverbal untuk Pemula

KUIZ: <https://forms.office.com/r/nTAZaeMXBF>

Video Clip: https://youtube.com/playlist?list=PL_m-BplfO92GYDdpY5ZKk7HVREye-Oma3&si=3OB2iFn6ehnczvoF

Podcast : <https://youtu.be/YfNuqVdVz3I>

9.0.1 Pendahuluan: Mengapa Gerak Tubuh Lebih Jujur dari Kata-kata?

Jika kata-kata seseorang bertentangan dengan bahasa tubuhnya, mana yang akan Anda lebih percaya? Pertanyaan ini menyingkap sebuah kebenaran fundamental dalam interaksi manusia: kita berkomunikasi jauh lebih banyak daripada sekadar apa yang kita ucapkan. Ada sebuah “bahasa sunyi” (*the silent language*) yang terus-menerus kita gunakan, sering kali tanpa kita sadari. Inilah dunia komunikasi nonverbal.

Menurut penelitian, komunikasi nonverbal sering kali dianggap lebih dapat dipercaya daripada komunikasi verbal, terutama ketika keduanya saling bertentangan. Kemampuan untuk memahami dan menggunakan bahasa sunyi ini adalah kunci untuk membangun kredibilitas (atau *ethos*), yang merupakan fondasi dari semua komunikasi yang efektif.

9.0.2 1. Lima Karakteristik Utama Komunikasi Nonverbal

Untuk memahami kekuatannya, kita perlu mengenali lima karakteristik fundamental yang mendefinisikan komunikasi nonverbal.

1. **Selalu Hadir di Mana Saja** Komunikasi nonverbal hadir dalam sebagian besar percakapan antarpribadi. Bahkan saat kita diam, postur tubuh atau ekspresi wajah kita tetap mengirimkan pesan. Artinya, Anda tidak bisa *tidak* berkomunikasi secara nonverbal, dan menyadari hal ini adalah langkah pertama untuk menjadi komunikator yang lebih baik.

2. **Menyampaikan Lebih Banyak Informasi** Umumnya, kita menyampaikan lebih banyak informasi melalui saluran nonverbal dibandingkan dengan kata-kata. Sebuah tatapan, nada suara, atau gerakan tangan dapat membawa lapisan makna yang kompleks, artinya pesan yang sebenarnya sering kali tersembunyi di antara baris-baris kata, yaitu dalam isyarat nonverbal yang menyertainya.
3. **Lebih Bisa Dipercaya** Ketika pesan verbal dan nonverbal tidak sinkron, orang cenderung lebih memercayai isyarat nonverbal karena tubuh sulit untuk berbohong. Inilah mengapa Anda harus memercayai intuisi Anda ketika gerak-gerik seseorang terasa “tidak pas” dengan apa yang mereka katakan.
4. **Saluran Utama Ekspresi Emosi** Komunikasi nonverbal adalah sarana utama kita untuk menyampaikan emosi. Kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, dan ketakutan lebih jelas terlihat di wajah dan terdengar dari nada suara kita daripada dari pilihan kata. Untuk benar-benar memahami perasaan seseorang, perhatikan bagaimana mereka mengatakannya, bukan hanya apa yang mereka katakan.
5. **Bentuk Meta-Komunikasi** Nonverbal adalah bentuk komunikasi tentang komunikasi (*meta-communication*). Isyarat ini memberikan konteks pada kata-kata kita; misalnya, senyuman dapat menunjukkan bahwa sebuah komentar dimaksudkan sebagai lelucon, bukan hinaan. Dengan kata lain, isyarat nonverbal adalah instruksi bagi pendengar tentang cara menafsirkan pesan verbal Anda.

Karakteristik ini menunjukkan betapa kuatnya bahasa sunyi. Selanjutnya, mari kita lihat bagaimana kita menggunakannya dalam fungsi sehari-hari.

9.0.3 2. Enam Fungsi Penting dalam Interaksi Sehari-hari

Di luar karakteristik dasarnya, komunikasi nonverbal melayani enam fungsi utama yang membantu kita menavigasi dunia sosial.

- **Mengatur Percakapan** Kita menggunakan isyarat nonverbal untuk mengelola alur percakapan, yang bertindak layaknya rambu lalu lintas dalam dialog. Sebagai contoh, kita bisa menganggukkan kepala untuk mendorong seseorang agar terus berbicara, atau mengangkat tangan untuk memberi sinyal bahwa kita ingin giliran berbicara.
- **Mengekspresikan Emosi** Fungsi ini adalah yang paling jelas; wajah, suara, dan postur kita adalah kanvas untuk melukiskan perasaan internal kita, seperti mata yang berbinar dan senyum lebar saat menerima kabar baik.

- **Memelihara Hubungan** Sentuhan, kedekatan fisik, dan kontak mata adalah alat penting untuk membangun dan memelihara ikatan dengan orang lain. Sebuah tepukan di punggung, misalnya, dapat menunjukkan dukungan kepada seorang teman yang sedang sedih.
- **Membentuk Kesan** Sejak detik pertama pertemuan, orang lain membentuk kesan tentang kita berdasarkan penampilan, postur, dan cara kita bergerak. Contohnya adalah berjabat tangan dengan erat dan menjaga kontak mata saat wawancara kerja untuk menunjukkan kepercayaan diri.
- **Melakukan Persuasi** Gerak tubuh yang ekspresif, nada suara yang meyakinkan, dan postur yang terbuka dapat secara signifikan meningkatkan daya persuasi pesan kita, seperti seorang pembicara yang menggunakan gerakan tangan dinamis untuk menekankan poin-poin penting dalam presentasinya.
- **Menyembunyikan Informasi** Terkadang, kita menggunakan komunikasi nonverbal untuk menyembunyikan perasaan atau informasi yang sebenarnya. Salah satu contohnya adalah menjaga “wajah datar” atau *poker face* saat negosiasi untuk tidak mengungkapkan posisi kita yang sebenarnya.

Fungsi-fungsi ini dikirim melalui berbagai saluran yang berbeda.

9.0.4 3. Saluran Komunikasi: Bagaimana Pesan Nonverbal Dikirim?

Pesan nonverbal dikirim dan diterima melalui berbagai “saluran”. Memahami saluran ini membantu kita menjadi lebih peka dalam membaca isyarat orang lain.

Saluran (Channel)	Contoh Sederhana	Pesan yang Disampaikan
Wajah & Mata	Tersenyum, kontak mata, cemberut, membelalakkan mata.	Emosi (senang, marah), ketertarikan, perhatian, kejutan.
Gerak Tubuh & Postur	Mengangguk, melambaikan tangan, postur tegap, membungkuk.	Persetujuan, sapaan, kepercayaan diri, rasa tidak nyaman.
Suara (Vokalisasi)	Nada suara tinggi, berbicara cepat, berbisik, diam sejenak.	Kegembiraan, urgensi, kerahasiaan, penekanan, ketegangan.
Sentuhan	Berjabat tangan, menepuk punggung, menggenggam tangan.	Sapaan formal, dukungan, kasih sayang, kendali.

Ruang & Waktu	Berdiri sangat dekat, datang terlambat ke rapat.	Keintiman (ruang intim), status, rasa hormat (atau kurangnya).
--------------------------	--	--

Meskipun ini adalah saluran utama, pesan nonverbal juga dapat dikirim melalui indra penciuman (wewangian) atau benda-benda yang kita gunakan (artifak), seperti pakaian atau gawai.

Setelah memahami cara pesan ini dikirim, kita dapat melangkah lebih jauh: bagaimana isyarat kita sendiri dapat memengaruhi pikiran dan perasaan kita?

9.0.5 4. Mengubah Diri dari Luar ke Dalam: Kekuatan “Power Posing”

Penelitian dari psikolog sosial Amy Cuddy mengungkapkan sebuah ide yang revolusioner: perilaku nonverbal kita tidak hanya memengaruhi orang lain, tetapi juga memengaruhi pikiran dan perasaan kita sendiri. Dengan kata lain, **tubuh kita dapat mengubah pikiran kita.**

Konsep utamanya adalah perbedaan antara “pose berkuasa” (*power poses*) dan “pose tidak berdaya” (*powerless poses*).

- **Power Poses:** Ini adalah postur yang ekspansif dan terbuka. Bayangkan berdiri dengan tangan di pinggang (seperti Wonder Woman) atau merentangkan tangan ke atas membentuk huruf V setelah meraih kemenangan. Pose ini mengambil ruang.
- **Powerless Poses:** Ini adalah postur yang tertutup dan membuat diri terlihat kecil. Contohnya termasuk menyilangkan lengan, membungkuk, atau merapatkan kaki dengan erat.

Wawasan fisiologis utamanya adalah bahwa berpose seperti ini dapat mengubah hormon dalam tubuh kita. *Power poses* dapat meningkatkan kadar testosteron (hormon dominasi) dan menurunkan kadar kortisol (hormon stres).

Saran yang paling penting dan dapat segera Anda praktikkan adalah:

Sebelum menghadapi situasi yang penuh tekanan (seperti wawancara, presentasi, atau ujian), carilah ruang pribadi—seperti toilet atau ruangan kosong—dan tahan *power pose* selama **dua menit**.

Tujuannya bukan untuk menunjukkan dominasi kepada orang lain, tetapi untuk mengubah kondisi internal Anda sendiri. Ini adalah aplikasi nyata dari konsep “*Fake it till you become it*” (Pura-pura sampai Anda menjadi seperti itu). Dengan mengubah postur, Anda mempersiapkan pikiran Anda untuk merasa lebih percaya diri dan tenang.

9.0.6 5. Dua Langkah untuk Meningkatkan Keterampilan Nonverbal Anda

Menguasai bahasa sunyi adalah sebuah perjalanan, tetapi dapat dimulai dengan dua langkah praktis.

1. **Menjadi Lebih Peka** Langkah pertama adalah secara sadar memperhatikan isyarat nonverbal orang lain. Latihlah diri Anda untuk mengamati berbagai **saluran yang telah kita bahas di Bagian 3**—mulai dari ekspresi wajah dan kontak mata hingga nada suara dan postur—dan belajarlal menafsirkan maknanya dalam konteks. Kepekaan ini akan mempertajam kemampuan Anda untuk “mendengar” apa yang tidak diucapkan.
2. **Berlatih Menjadi Lebih Ekspresif** Langkah kedua adalah meningkatkan kemampuan Anda untuk menggunakan isyarat nonverbal secara efektif. Amati orang-orang yang Anda anggap ekspresif dan belajarlal dari mereka. Berlatihlah menggunakan gerak tubuh dan variasi vokal untuk membuat komunikasi Anda lebih hidup dan kuat, sehingga Anda tidak “berbicara seperti robot”. Keterampilan ini sangat penting, terutama untuk persuasi yang efektif.

Menguasai komunikasi nonverbal tidak terjadi dalam semalam. Namun, seperti yang ditunjukkan oleh konsep *power posing*, perubahan kecil dapat menghasilkan dampak yang besar. Ingatlah selalu kata-kata Amy Cuddy: “*Tiny tweaks can lead to big changes*”—perubahan kecil dapat membawa perubahan besar. Dengan sedikit kesadaran dan latihan, Anda dapat membuka kekuatan bahasa sunyi untuk menjadi komunikator yang lebih kredibel, peka, dan berpengaruh.

*TBD*Berdasarkan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan materi acuan yang tersedia, berikut adalah rincian topik, pokok bahasan, dan rancangan agenda kuliah 2 jam yang menarik, memikat, dan menginspirasi untuk **Minggu ke-5**.

Tentu, berikut adalah 10 pertanyaan kuis mengenai komunikasi nonverbal, yang disusun berdasarkan informasi yang terdapat dalam sumber yang Anda berikan, diikuti dengan jawaban yang terpisah.

9.1 10 Pertanyaan Kuiz Komunikasi Nonverbal

1. Menurut sumber, apa ciri utama dari komunikasi nonverbal yang membedakannya dari komunikasi verbal?

2. Sebutkan lima karakteristik utama dari komunikasi nonverbal yang membuatnya penting dalam interaksi antarpribadi.
 3. Dalam konteks kredibilitas (Ethos), jika terjadi konflik antara pesan verbal yang meyakinkan dan isyarat nonverbal yang gugup (seperti postur kaku), pesan mana yang cenderung lebih dipercaya?
 4. Selain mimik tampilan wajah dan perilaku mata, sebutkan minimal tiga dari sepuluh saluran komunikasi nonverbal lainnya yang dibahas dalam sumber.
 5. Komunikasi nonverbal memiliki enam fungsi, salah satunya adalah *consiling*. Jelaskan fungsi *consiling* dan berikan dua fungsi nonverbal lainnya.
 6. *Chronemics* adalah salah satu saluran komunikasi nonverbal yang melibatkan penggunaan waktu. Jelaskan perbedaan konsep budaya *monokronik* dan *polikronik* terkait pengelolaan waktu.
 7. Apa yang dimaksud dengan *efek Halo* dalam kaitannya dengan tampilan fisik dan komunikasi nonverbal?
 8. Dalam konteks ekspresi kekuasaan dan dominasi nonverbal, individu yang memiliki *high power* (kekuasaan tinggi) cenderung memiliki tingkat dua hormon kunci apa?
 9. Perilaku nonverbal yang fokus pada mempertahankan luas daerah atau domain disebut *ruang*. Sebutkan empat tingkat domain ruang yang dijelaskan dalam sumber.
 10. Untuk meningkatkan keterampilan komunikasi nonverbal, dua saran utama yang diberikan adalah menjadi *peka* dan menjadi *ekspresif*. Jelaskan apa yang dimaksud dengan kemampuan untuk menjadi “peka” terhadap pesan nonverbal.
-

9.2 TOPIK MINGGU KE-5: KOMUNIKASI NONVERBAL: PESAN TANPA KATA

Topik kuliah untuk Minggu ke-5 adalah **Komunikasi Nonverbal: Pesan Tanpa Kata**.

Materi ini fokus pada definisi dan karakteristik komunikasi nonverbal, termasuk peran *chronemics* (penggunaan waktu) dan pengaruh budaya dalam menyampaikan pesan tanpa kata.

9.2.1 POKOK BAHASAN DAN PELAJARAN UTAMA

9.2.1.1 Pokok Bahasan (Bahan Kajian):

1. **Sifat Komunikasi Nonverbal:** Definisi dan karakteristiknya, termasuk bagaimana isyarat nonverbal dapat menggantikan, melengkapi, atau bahkan bertentangan (*conflicting*) dengan pesan verbal.
2. **Saluran Komunikasi Nonverbal** (seperti *chronemics*).

3. **Pengaruh Budaya dan Waktu** (*Chronemics*): Perbedaan antara budaya **monokronik** (menekankan ketepatan waktu, jadwal, menyelesaikan satu tugas pada satu waktu) dan **polikronik** (waktu dianggap lebih cair, jadwal fleksibel, mengerjakan banyak tugas secara bersamaan).
4. **Isyarat Nonverbal Lain**: Sentuhan, bau, estetika, dan rasa sebagai bentuk komunikasi.
5. **Penerapan dalam Konteks Modern**: Komunikasi nonverbal di media sosial dan perilaku *nonverbal immediacy*.

9.2.1.2 Pelajaran Utama (Learning Outcomes yang Inspiratif):

1. **Menyingkap Bahasa Sunyi** (*The Silent Language*): Mahasiswa akan menyadari bahwa **komunikasi nonverbal jauh lebih dipercaya daripada kata-kata** (terutama saat terjadi konflik antara verbal dan nonverbal), sehingga menguasai bahasa ini adalah kunci kredibilitas (*ethos*).
2. **Waktu adalah Pesan**: Mahasiswa akan memahami bahwa cara mereka mengelola waktu (*chronemics*)—baik dalam janji temu maupun respons digital—secara langsung mengkomunikasikan nilai dan rasa hormat mereka, terutama dalam konteks global yang melibatkan budaya *monokronik* dan *polikronik*.
3. **Meningkatkan Daya Tarik dan Keterlibatan** (*Immediacy*): Mempelajari cara menggunakan isyarat nonverbal (seperti kontak mata, postur, dan vokal) untuk membangun kedekatan (*immediacy*) dan menghasilkan kesan positif yang kuat di lingkungan profesional dan pribadi.
4. **Mencegah Cultural Noise**: Memahami bahwa isyarat nonverbal dipengaruhi oleh budaya dapat membantu menghindari kesalahpahaman dan *cultural noise* yang timbul dari kerangka kerja budaya yang berbeda.

9.3 AGENDA KULIAH 2 JAM: KOMUNIKASI NONVERBAL YANG MEMIKAT

Kuliah ini akan menggunakan teknik retorika yang terbukti memikat, seperti menciptakan **Kontras** antara “Apa Adanya” (*What Is*) dan “Apa Yang Seharusnya” (*What Could Be*), menyertakan elemen **Storytelling**, dan menekankan **Pathos, Ethos, dan Logos**.

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
00:00–00:15 (15 Menit)	Pembukaan: Mengapa Kita Harus Mendengarkan Pesan Tanpa Kata	<p>HOOK & KONTRAST (Ethos & Pathos): Mulai dengan anekdot atau video singkat (seperti cuplikan film <i>Speechless</i> di mana komunikasi nonverbal putra Maya yang tidak bisa berbicara sangat penting). Tanyakan: “Jika kata-kata adalah tipuan, apa yang Anda percaya?”.</p> <p>Pathos: Jembatani bahwa banyak hal terpenting dalam hidup—perasaan tulus, kelelahan, ketegangan—sering kali dikomunikasikan secara tidak sengaja melalui tubuh kita. Ajak berpikir: Komunikasi yang efektif tidak hanya tentang apa yang Anda katakan, tetapi bagaimana Anda mengatakan (melalui suara dan tubuh) dan kapan Anda hadir (melalui waktu).</p>

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
00:15–00:45 (30 Menit)	Sesi I: Membaca Bahasa Sunyi (Logos & Ethos)	<p>Dasar-Dasar</p> <p>Nonverbal: Jelaskan fungsi nonverbal:</p> <p>Mengganti (mengganti kata-kata), Melengkapi (memperkuat pesan verbal),</p> <p>Mempertentangkan (bertentangan dengan pesan verbal) dan</p> <p>Menekankan (menarik perhatian). Gunakan contoh nyata tentang mendeteksi kebohongan (<i>deception</i>), di mana isyarat nonverbal yang gugup (postur kaku, ketegangan vokal) akan mengalahkan pesan verbal yang meyakinkan—menegaskan mengapa bahasa sunyi sangat penting untuk <i>Ethos</i> (kredibilitas).</p>

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
00:45–00:55 (10 Menit)	Aktivitas Kilat: Konflik Verbal-Nonverbal	Minta mahasiswa secara berpasangan melakukan <i>role-playing</i> singkat: Seseorang mengucapkan kalimat positif (“Saya senang kamu ada di sini”) tetapi dengan ekspresi nonverbal negatif (melipat tangan, menghindari kontak mata, nada datar). Diskusikan: Apa yang paling dipercaya? Mengapa? Kaitkan dengan ide bahwa <i>flattery is counterfeit</i> —ketidakjujuran nonverbal merusak kepercayaan.

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
00:55–01:25 (30 Menit)	Sesi II: Chronemics—Waktu Anda, Nilai Anda (Logos & Pathos)	<p>Chronemics (Penggunaan Waktu): Perkenalan konsep <i>monokronik</i> (linear, berfokus pada ketepatan waktu dan efisiensi, seperti di AS atau Jerman) vs. <i>polikronik</i> (cair, mementingkan hubungan daripada jadwal, seperti di banyak budaya Amerika Latin atau Arab). Pathos: Sajikan dilema: “Apa yang Anda rasakan ketika seorang teman selalu terlambat? Itu bukan hanya tentang waktu, itu tentang apakah Anda merasa penting”. Jelaskan bagaimana keterlambatan dapat mengkomunikasikan penghinaan (<i>disdain</i>) atau keinginan untuk mengendalikan orang lain. Berikan tip praktis bagaimana menavigasi dua sistem waktu ini untuk menjadi profesional yang sensitif budaya.</p>

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
01:25–01:40 (15 Menit)	Aktivitas Mendalam: Analisis Estetika dan Media Sosial	Ajak diskusi tentang bagaimana penampilan (<i>aesthetics</i>) dan aksesoris berkomunikasi (misalnya, seragam di lingkungan profesional, atau penggunaan tanda baca di media sosial). Contoh: Di media chat, mengakhiri pesan satu kata dengan titik (“Sure.”) dapat dipersepsikan sebagai kurang tulus dibandingkan tanpa tanda baca—sebuah pesan nonverbal yang kuat.
01:40–01:55 (15 Menit)	Sesi III: Menguasai Kehadiran Nonverbal (Ethos & Inspirasi)	Fokus pada <i>immediacy</i> dan postur. Bahas konsep bahwa postur tubuh tidak hanya mencerminkan perasaan, tetapi juga dapat memengaruhi perasaan (<i>kinesics can both reflect and affect how a person feels</i>). Ajak mahasiswa untuk mencoba postur kuat (<i>power pose</i> —meskipun tidak disajikan dalam sumber, ini adalah contoh inspiratif yang berkaitan dengan <i>kinesics</i>). Tekankan: Kuasai postur Anda, kuasai pikiran Anda. Keberanian dalam berbicara di depan umum pun dimulai dari postur yang tepat.

Durasi	Agenda Aktivitas	Isi Inspiratif & Retorika (Pathos/Ethos/Logos)
01:55–02:00 (5 Menit)	Penutup dan Seruan Bertindak (<i>Call to Action</i>)	<p>Inspiring Conclusion: Simpulkan bahwa komunikasi nonverbal adalah kekuatan cadangan yang menunjukkan kepribadian dan karakter sejati seseorang. Akhiri dengan kalimat inspiratif yang kuat: “Jadilah pembicara yang memiliki pesan yang nyata di kepala dan hati, karena pidato yang dipersiapkan dengan baik sudah setengahnya tersampaikan; tapi ingat, bahasa sunyi Anda adalah sembilan per sepuluh dari penyampaiannya”. Tugas: Mulai minggu ini, jadilah pengamat nonverbal yang akut—tonton <i>body language</i> orang di sekitar Anda dan koreksi <i>chronemics</i> Anda sendiri.</p>

10 Memahami Bahasa Sunyi: Panduan Komunikasi Nonverbal untuk Pemula

10.0.1 Pendahuluan: Mengapa Gerak Tubuh Lebih Jujur dari Kata-kata?

Jika kata-kata seseorang bertentangan dengan bahasa tubuhnya, mana yang akan Anda lebih percaya? Pertanyaan ini menyingkap sebuah kebenaran fundamental dalam interaksi manusia: kita berkomunikasi jauh lebih banyak daripada sekadar apa yang kita ucapkan. Ada sebuah “bahasa sunyi” (*the silent language*) yang terus-menerus kita gunakan, sering kali tanpa kita sadari. Inilah dunia komunikasi nonverbal.

Menurut penelitian, komunikasi nonverbal sering kali dianggap lebih dapat dipercaya daripada komunikasi verbal, terutama ketika keduanya saling bertentangan. Kemampuan untuk memahami dan menggunakan bahasa sunyi ini adalah kunci untuk membangun kredibilitas (atau *ethos*), yang merupakan fondasi dari semua komunikasi yang efektif.

10.0.2 1. Lima Karakteristik Utama Komunikasi Nonverbal

Untuk memahami kekuatannya, kita perlu mengenali lima karakteristik fundamental yang mendefinisikan komunikasi nonverbal.

1. **Selalu Hadir di Mana Saja** Komunikasi nonverbal hadir dalam sebagian besar percakapan antarpribadi. Bahkan saat kita diam, postur tubuh atau ekspresi wajah kita tetap mengirimkan pesan. Artinya, Anda tidak bisa *tidak* berkomunikasi secara nonverbal, dan menyadari hal ini adalah langkah pertama untuk menjadi komunikator yang lebih baik.
2. **Menyampaikan Lebih Banyak Informasi** Umumnya, kita menyampaikan lebih banyak informasi melalui saluran nonverbal dibandingkan dengan kata-kata. Sebuah tatapan, nada suara, atau gerakan tangan dapat membawa lapisan makna yang kompleks, artinya pesan yang sebenarnya sering kali tersembunyi di antara baris-baris kata, yaitu dalam isyarat nonverbal yang menyertainya.

3. **Lebih Bisa Dipercaya** Ketika pesan verbal dan nonverbal tidak sinkron, orang cenderung lebih memercayai isyarat nonverbal karena tubuh sulit untuk berbohong. Inilah mengapa Anda harus memercayai intuisi Anda ketika gerak-gerik seseorang terasa “tidak pas” dengan apa yang mereka katakan.
4. **Saluran Utama Ekspresi Emosi** Komunikasi nonverbal adalah sarana utama kita untuk menyampaikan emosi. Kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, dan ketakutan lebih jelas terlihat di wajah dan terdengar dari nada suara kita daripada dari pilihan kata. Untuk benar-benar memahami perasaan seseorang, perhatikan bagaimana mereka mengatakannya, bukan hanya apa yang mereka katakan.
5. **Bentuk Meta-Komunikasi** Nonverbal adalah bentuk komunikasi tentang komunikasi (*meta-communication*). Isyarat ini memberikan konteks pada kata-kata kita; misalnya, senyuman dapat menunjukkan bahwa sebuah komentar dimaksudkan sebagai lelucon, bukan hinaan. Dengan kata lain, isyarat nonverbal adalah instruksi bagi pendengar tentang cara menafsirkan pesan verbal Anda.

Karakteristik ini menunjukkan betapa kuatnya bahasa sunyi. Selanjutnya, mari kita lihat bagaimana kita menggunakannya dalam fungsi sehari-hari.

10.0.3 2. Enam Fungsi Penting dalam Interaksi Sehari-hari

Di luar karakteristik dasarnya, komunikasi nonverbal melayani enam fungsi utama yang membantu kita menavigasi dunia sosial.

- **Mengatur Percakapan** Kita menggunakan isyarat nonverbal untuk mengelola alur percakapan, yang bertindak layaknya rambu lalu lintas dalam dialog. Sebagai contoh, kita bisa menganggukkan kepala untuk mendorong seseorang agar terus berbicara, atau mengangkat tangan untuk memberi sinyal bahwa kita ingin giliran berbicara.
- **Mengekspresikan Emosi** Fungsi ini adalah yang paling jelas; wajah, suara, dan postur kita adalah kanvas untuk melukiskan perasaan internal kita, seperti mata yang berbinar dan senyum lebar saat menerima kabar baik.
- **Memelihara Hubungan** Sentuhan, kedekatan fisik, dan kontak mata adalah alat penting untuk membangun dan memelihara ikatan dengan orang lain. Sebuah tepukan di punggung, misalnya, dapat menunjukkan dukungan kepada seorang teman yang sedang sedih.
- **Membentuk Kesan** Sejak detik pertama pertemuan, orang lain membentuk kesan tentang kita berdasarkan penampilan, postur, dan cara kita bergerak. Contohnya adalah berjabat tangan dengan erat dan menjaga kontak mata saat wawancara kerja untuk menunjukkan kepercayaan diri.

- **Melakukan Persuasi** Gerak tubuh yang ekspresif, nada suara yang meyakinkan, dan postur yang terbuka dapat secara signifikan meningkatkan daya persuasi pesan kita, seperti seorang pembicara yang menggunakan gerakan tangan dinamis untuk menekankan poin-poin penting dalam presentasinya.
- **Menyembunyikan Informasi** Terkadang, kita menggunakan komunikasi nonverbal untuk menyembunyikan perasaan atau informasi yang sebenarnya. Salah satu contohnya adalah menjaga “wajah datar” atau *poker face* saat negosiasi untuk tidak mengungkapkan posisi kita yang sebenarnya.

Fungsi-fungsi ini dikirim melalui berbagai saluran yang berbeda.

10.0.4 3. Saluran Komunikasi: Bagaimana Pesan Nonverbal Dikirim?

Pesan nonverbal dikirim dan diterima melalui berbagai “saluran”. Memahami saluran ini membantu kita menjadi lebih peka dalam membaca isyarat orang lain.

Saluran (Channel)	Contoh Sederhana	Pesan yang Disampaikan
Wajah & Mata	Tersenyum, kontak mata, cemberut, membelalak mata.	Emosi (senang, marah), ketertarikan, perhatian, kejutan.
Gerak Tubuh & Postur	Mengangguk, melambaikan tangan, postur tegap, membungkuk.	Persetujuan, sapaan, kepercayaan diri, rasa tidak nyaman.
Suara (Vokalisasi)	Nada suara tinggi, berbicara cepat, berbisik, diam sejenak.	Kegembiraan, urgensi, kerahasiaan, penekanan, ketegangan.
Sentuhan	Berjabat tangan, menepuk punggung, menggenggam tangan.	Sapaan formal, dukungan, kasih sayang, kendali.
Ruang & Waktu	Berdiri sangat dekat, datang terlambat ke rapat.	Keintiman (ruang intim), status, rasa hormat (atau kurangnya).

Meskipun ini adalah saluran utama, pesan nonverbal juga dapat dikirim melalui indra penciuman (wewangian) atau benda-benda yang kita gunakan (artifak), seperti pakaian atau gawai.

Setelah memahami cara pesan ini dikirim, kita dapat melangkah lebih jauh: bagaimana isyarat kita sendiri dapat memengaruhi pikiran dan perasaan kita?

10.0.5 4. Mengubah Diri dari Luar ke Dalam: Kekuatan “Power Posing”

Penelitian dari psikolog sosial Amy Cuddy mengungkapkan sebuah ide yang revolusioner: perilaku nonverbal kita tidak hanya memengaruhi orang lain, tetapi juga memengaruhi pikiran dan perasaan kita sendiri. Dengan kata lain, **tubuh kita dapat mengubah pikiran kita.**

Konsep utamanya adalah perbedaan antara “pose berkuasa” (*power poses*) dan “pose tidak berdaya” (*powerless poses*).

- **Power Poses:** Ini adalah postur yang ekspansif dan terbuka. Bayangkan berdiri dengan tangan di pinggang (seperti Wonder Woman) atau merentangkan tangan ke atas membentuk huruf V setelah meraih kemenangan. Pose ini mengambil ruang.
- **Powerless Poses:** Ini adalah postur yang tertutup dan membuat diri terlihat kecil. Contohnya termasuk menyilangkan lengan, membungkuk, atau merapatkan kaki dengan erat.

Wawasan fisiologis utamanya adalah bahwa berpose seperti ini dapat mengubah hormon dalam tubuh kita. *Power poses* dapat meningkatkan kadar testosteron (hormon dominasi) dan menurunkan kadar kortisol (hormon stres).

Saran yang paling penting dan dapat segera Anda praktikkan adalah:

Sebelum menghadapi situasi yang penuh tekanan (seperti wawancara, presentasi, atau ujian), carilah ruang pribadi—seperti toilet atau ruangan kosong—dan tahan *power pose* selama **dua menit**.

Tujuannya bukan untuk menunjukkan dominasi kepada orang lain, tetapi untuk mengubah kondisi internal Anda sendiri. Ini adalah aplikasi nyata dari konsep “*Fake it till you become it*” (Pura-pura sampai Anda menjadi seperti itu). Dengan mengubah postur, Anda mempersiapkan pikiran Anda untuk merasa lebih percaya diri dan tenang.

10.0.6 5. Dua Langkah untuk Meningkatkan Keterampilan Nonverbal Anda

Menguasai bahasa sunyi adalah sebuah perjalanan, tetapi dapat dimulai dengan dua langkah praktis.

1. **Menjadi Lebih Peka** Langkah pertama adalah secara sadar memperhatikan isyarat nonverbal orang lain. Latihlah diri Anda untuk mengamati berbagai **saluran yang telah kita bahas di Bagian 3**—mulai dari ekspresi wajah dan kontak mata hingga nada suara dan postur—dan belajarlal menafsirkan maknanya dalam konteks. Kepekaan ini akan mempertajam kemampuan Anda untuk “mendengar” apa yang tidak diucapkan.
2. **Berlatih Menjadi Lebih Ekspresif** Langkah kedua adalah meningkatkan kemampuan Anda untuk menggunakan isyarat nonverbal secara efektif. Amati orang-orang yang Anda anggap ekspresif dan belajarlal dari mereka. Berlatihlah menggunakan gerak tubuh dan variasi vokal untuk membuat komunikasi Anda lebih hidup dan kuat, sehingga Anda tidak “berbicara seperti robot”. Keterampilan ini sangat penting, terutama untuk persuasi yang efektif.

Menguasai komunikasi nonverbal tidak terjadi dalam semalam. Namun, seperti yang ditunjukkan oleh konsep *power posing*, perubahan kecil dapat menghasilkan dampak yang besar. Ingatlah selalu kata-kata Amy Cuddy: “*Tiny tweaks can lead to big changes*”—perubahan kecil dapat membawa perubahan besar. Dengan sedikit kesadaran dan latihan, Anda dapat membuka kekuatan bahasa sunyi untuk menjadi komunikator yang lebih kredibel, peka, dan berpengaruh.

11 Kuliah 6 Keterampilan Komunikasi Pribadi

KUiz 6: <https://forms.office.com/r/xJBpLWQCKU>

Materi: https://youtube.com/playlist?list=PL_m-BplfO92G6xpXg-NRsWUo2yfhqZwAH&si=r19H8cEcBxa5jxSU

[Lembar Kerja](#)

11.1 I. Agenda Kuliah (120 Menit)

Mata Kuliah: II-4472 Komunikasi Interpersonal (Kuliah 13: Keterampilan Komunikasi Interpersonal) **Tema Utama:** Mengembangkan Keterampilan Komunikasi Interpersonal Tingkat Lanjut.

Waktu	Durasi	Topik/Aktivitas	Metode & Keterlibatan (<i>Engagement</i>)	Sumber Acuan
09:00	10 menit	A. Ekspresi Diri dan Penerimaan Diri	Ceramah singkat tentang afirmasi (termasuk praktik “berbicara pada diri sendiri di depan cermin”) dan pentingnya menyukai diri sendiri.	

Waktu	Durasi	Topik/Aktivitas	Metode & Keterlibatan (<i>Engagement</i>)	Sumber Acuan
09:10	15 menit	B. Menghindari Perilaku Mencari Persetujuan (<i>Approval Seeking</i>)	Ceramah interaktif: Membahas strategi mental (Percaya diri, membedakan piki-ran/perasaan). Dilanjutkan dengan Aktivitas 13.1 & 13.2 (Diskusi singkat hasil kuesioner, jika telah diisi).	
09:25	20 menit	C. Mengelola Perbedaan Sudut Pandang	1. Power & Kepatuhan: Menjelaskan definisi <i>power</i> dan strategi kepatuhan (Take & Give, Otoritas, Utang Budi). 2. Meminta Maaf: Diskusi tentang cara meminta maaf yang efektif: perbaiki kerusakan dan obati luka emosional.	
09:45	10 menit	QUIZ BREAK 1 (Soal 1-5)	Peserta mengerjakan kuis pendek untuk menguji pemahaman materi awal.	

Waktu	Durasi	Topik/Aktivitas	Metode & Keterlibatan (<i>Engagement</i>)	Sumber Acuan
09:55	15 menit	D. Meningkatkan Keterampilan Percakapan	1. Small Talk & Menden- garkan: Strategi memulai percakapan dan menjaga percakapan (bertanya, mem-parafrasekan, menggunakan nama lawan bicara). 2. Percakapan Mendalam: Membahas pendekatan analitis vs. holistik.	
10:10	15 menit	E. Strategi Komunikasi Berisiko Tinggi	1. Memberi Arahan: Pentingnya rincian spesifik dan urutan kronologis/tata ruang. 2. Probing: Fungsi <i>restatement</i> , definisi, dan klarifikasi untuk menghilangkan <i>noise</i> . 3. Kabar Buruk: Strategi yang efektif (mendengarkan empati, jangan gunakan klise).	

Waktu	Durasi	Topik/Aktivitas	Metode & Keterlibatan (<i>Engagement</i>)	Sumber Acuan
10:25	15 menit	F. Membangkitkan Kreativitas Pribadi	Membahas manfaat kreativitas (memecahkan masalah, keluar dari rutinitas) dan hambatan (rasa takut gagal). Menjelaskan dua teknik: pendekatan analitis (mengurai komponen dan mencari alternatif) dan manipulasi detail.	
10:40	10 menit	QUIZ BREAK 2 (Soal 6-10)	Peserta mengerjakan kuis kedua.	
10:50	10 menit	Penutup dan Q&A	Review singkat materi penting, penugasan proyek kelompok (Digital Contents), dan sesi tanya jawab.	

11.2 II. Lecture Notes (Materi Kuliah)

11.2.1 A. Ekspresi Diri dan Pengungkapan Diri yang Sesuai

1. **Ekspresi Diri adalah Pesan Komunikasi:** Semua komunikasi merupakan pesan ekspresi dari diri kita tentang perasaan, pikiran, dan opini kita.
2. **Pentingnya Menyukai Diri Sendiri (Afirmasi):** Untuk berekspresi dengan baik, penting untuk menyukai diri sendiri, yang berarti memutuskan untuk menerima diri sendiri sebagai orang yang layak. Afirmasi adalah pernyataan positif yang dimaksudkan untuk memandu pemikiran positif, misalnya: “Saya adalah orang yang baik”. Ini bisa dilakukan melalui pembicaraan diri yang positif di depan cermin setiap pagi.
3. **Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*):** Melibatkan berbagi informasi tentang diri sendiri, termasuk sejarah hidup, emosi, dan pikiran saat ini. Pengungkapan diri harus *appropriate* (sesuai) dengan atmosfer dan jenis hubungan. Tujuannya adalah membantu orang lain mengenali siapa kita dan membantu kita memahami diri sendiri.
4. **Menjadi Komunikator Efektif:** Pesan kita harus merupakan **ekspresi otentik** dari diri kita, bukan pemikiran orang lain. Gunakan kata ganti pribadi “**Saya**” untuk mengekspresikan kepemilikan gagasan.

11.2.2 B. Mengenali dan Menghentikan Perilaku Mencari Persetujuan (*Approval Seeking*)

Perilaku mencari persetujuan (*approval seeking*) dapat berakibat buruk pada relasi. Cara menghilangkannya adalah dengan menghindari saling mendominasi.

1. Persiapan Mental:

- Ikuti tujuan pribadi Anda dalam komunikasi.
- Belajar menerima diri sendiri, termasuk bahwa tidak semua orang akan memahami Anda, dan itu **tidak masalah**.
- Percaya dan Yakin pada diri sendiri (Yakin bahwa Anda memiliki kemampuan berdasarkan pengalaman dan nilai-nilai pribadi).
- Ketahui perbedaan antara **perasaan** (emosi, tidak perlu bukti) dan **pikiran** (logis, dapat diperdebatkan).

2. Ekspresi dan Perbuatan:

- *Speak up* dan jangan langsung menerima jika teman tidak menyetujui.
- Berhenti mencoba memverifikasi ide-ide Anda dengan membuatnya terbukti bagi orang lain.
- Jangan terlalu mudah meminta maaf untuk pendapat sendiri.

11.2.3 C. Mengelola Sudut Pandang yang Berbeda

1. **Strategi Perolehan Kepatuhan (*Compliance Strategies*):** Strategi bersifat transaksional (*take and give*).
 - ***Pregiving*:** Memberi sesuatu terlebih dahulu, berharap bantuan di lain waktu.
 - ***Promising*:** Menjanjikan sesuatu sebagai imbalan.
 - ***Otoritas Influencing*:** Menggunakan kuasa, permintaan, perintah, bahkan ancaman (konsekuensi negatif dari ketidaksetujuan).
2. **Kekuatan (*Power*):** *Power* adalah kemampuan untuk mengontrol apa yang terjadi—menciptakan hal yang diinginkan dan menghalangi hal yang tidak diinginkan. Gagal menggunakan *power* dapat menyebabkan rasa tidak berdaya dan frustrasi.
3. **Meminta Maaf dengan Tepat:** Permintaan maaf adalah ungkapan penyesalan yang sungguh-sungguh atas kata-kata atau perbuatan yang tidak pantas.
 - **Tujuan:** Menyembuhkan luka dan/atau memperbaiki kerusakan. Jika merusak properti, perbaiki. Jika kerusakan emosional, tanyakan: “Apa yang bisa saya lakukan untuk menebusnya?”.
 - **Timing:** Hal kecil dilakukan saat itu juga. Hal besar memerlukan waktu untuk mencerna kerusakan dan mengumpulkan kata-kata yang layak.
 - **Saluran:** Tatap muka dianggap lebih baik untuk perbaikan emosional dibandingkan saluran impersonal (surat, email).

11.2.4 D. Meningkatkan Keterampilan Percakapan

1. **Memulai Percakapan (*Small Talk*):** Interaksi verbal yang dimulai dengan bincang-bincang kecil sebelum pindah ke berbagi yang lebih mendalam. *Small talk* adalah pertukaran informasi pada tingkat permukaan (biografi, pekerjaan, hobi).
2. **Menjaga Percakapan:** Gunakan pertanyaan sebagai instrumen yang kuat untuk membangun percakapan, mendorong orang membuka diri, mengendalikan arah pembicaraan, dan mendapatkan informasi baru/klarifikasi.
3. **Keterampilan Mendengarkan:** Pendengar yang baik lebih efektif berbicara dengan orang asing.
 - **Memparafrasekan:** Mengucapkan ulang ide pembicara dengan bahasa kita sendiri.
 - **Menggunakan Nama:** Ulangi nama orang tersebut saat diperkenalkan dan terus gunakan selama percakapan agar fokus perhatian Anda terpusat padanya.
4. **Memberikan Arahan (*Direction*):** Arahan (instruksi, petunjuk tempat) harus jelas.
 - Berikan rincian spesifik dan sesuaikan pesan dengan tingkat pengetahuan pendengar (pendidikan, pengalaman, linguistik).
 - Petunjuk paling mudah diikuti jika diurutkan secara **kronologis** (urutan waktu) atau **tata ruang** (urutan tempat).

11.2.5 E. Strategi Praktis untuk Komunikasi Berisiko Tinggi

1. **Menyelidik (*Probing*):** Tujuannya adalah meminta informasi yang diperlukan untuk memastikan pesan jelas dan bebas dari *noise*. Kebingungan biasanya memerlukan:
 - **Restatement:** Mengucapkan ulang untuk memahami orang lain (misalnya, menanyakan kembali langkah pertama dan kedua).
 - **Definisi:** Untuk menghindari masalah kosakata yang samar atau sulit (misalnya, menanyakan arti istilah medis).
 - **Klarifikasi:** Memahami arti pesan yang tidak cukup jelas, seringkali dengan meminta contoh, ilustrasi, atau analogi.
2. **Membuat Permintaan Informasi:** Permintaan harus menyertakan bahasa tertentu yang menjelaskan bagaimana permintaan harus dijawab, bentuk jawaban yang diharapkan, dan *deadline* (waktu dan tanggal) untuk menerima informasi.
3. **Menyampaikan Berita Buruk:** Jika dikomunikasikan dengan buruk dapat mengakibatkan kebingungan, stres, bahkan kemarahan.
 - Jaga kebutuhan mendesak (*immediate needs*) orang tersebut.
 - Dengarkan dengan **empati**, jangan memberikan saran.
 - Jangan mengecilkan kesedihan atau kehilangan dengan pernyataan klise.
 - Dorong dia untuk menampilkan emosi dan bantu terhubung dengan kelompok dukungan atau profesional.

11.2.6 F. Membangkitkan Kreativitas Pribadi

Kreativitas adalah kemampuan menciptakan hal-hal baru dan berpikir dengan cara yang tidak biasa.

1. **Manfaat:** Penting untuk memecahkan masalah yang tidak dapat dipecahkan dengan cara konvensional dan membuat kita keluar dari rutinitas yang membosankan.
2. **Hambatan:** Penghalang pribadi (ketakutan akan kegagalan, kebiasaan lama) dan penghalang budaya (menghargai logika tinggi, harus praktis).
3. **Teknik Kreativitas:**
 - **Pendekatan Analitis (*Analytical Decomposition*):** Menguraikan hal yang rutin (misalnya rapat) ke dalam komponen-komponennya (Siapa, Kapan, Di mana). Kemudian, carikan alternatif untuk setiap komponen (misalnya, tempat rapat tidak harus di ruang kantor, bisa di taman atau kafe). Kombinasikan komponen-komponen baru tersebut.
 - **Manipulasi Detail:** Mengubah bentuk suatu hal dengan cara tertentu, misalnya membuat lebih besar, lebih kecil, memutar, mengangkat, atau membagi. (Contoh: evolusi ukuran komputer dari gedung menjadi kecil).

11.3 III. Poin-Poin Slides Pendukung

Slide	Topik Utama	Poin-Poin Kunci (Dikutip dari Sumber)
1-3	Pengantar & Ekspresi Diri	Ekspresi Diri adalah pesan dari diri kita tentang perasaan, pikiran, opini. Sukai dan terima diri sendiri (Afirmasi). Gunakan pembicaraan positif: “Saya adalah orang yang baik”. Pesan harus ekspresi otentik diri kita.
4-5	Approval Seeking	Kebanyakan orang ingin didukung, diterima—tapi mencari persetujuan bisa berakibat buruk. Cara menghindari: Jangan mendominasi atau didominasi. Persiapan Mental: Ikuti tujuan pribadi; Terima bahwa orang lain tidak akan selalu memahami Anda. Ekspresi: <i>Speak up</i> , jangan mudah meminta maaf atas pendapatmu.
6-7	Mengelola Perbedaan I: Kepatuhan & Power	Strategi Kepatuhan bersifat transaksional (<i>take and give</i>). Contoh Strategi: <i>Pregiving</i> , <i>Promising</i> , <i>Menyanjung</i> (Penghargaan), <i>Otoritas</i> (Kuasa/Ancaman). <i>Power</i> adalah kemampuan mengontrol apa yang terjadi dan memblokir hal yang tidak diinginkan.

Slide	Topik Utama	Poin-Poin Kunci (Dikutip dari Sumber)
8-9	Mengelola Perbedaan II: Meminta Maaf	Permintaan maaf adalah ungkapan penyesalan yang sungguh-sungguh. Cara efektif: Sembuhkan luka emosional atau perbaiki kerusakan fisik. Perbaiki kerusakan emosional dengan bertanya: “Apa yang bisa saya lakukan untuk menebusnya?”.
10-12	Keterampilan Percakapan	Percakapan dimulai dengan <i>small talk</i> (pertukaran informasi permukaan: biografi, hobi). Gunakan pertanyaan untuk: mendorong orang membuka diri, mengendalikan arah pembicaraan, dan mendapatkan klarifikasi. Mendengarkan: Memparafrasekan ide pembicara. Ulangi dan gunakan nama orang tersebut agar mereka merasa diperhatikan.
13-14	Memberikan Arahan & Probing	Arahan paling mudah diikuti bila diberikan dalam urutan kronologis atau tata ruang . <i>Probing</i> (Menyelidik) memastikan pesan jelas. Tiga alat <i>probing</i> : <i>Restatement</i> (mengucapkan ulang), <i>Definisi</i> (menghindari kosakata samar), dan <i>Klarifikasi</i> (meminta contoh/analogi).

Slide	Topik Utama	Poin-Poin Kunci (Dikutip dari Sumber)
15-16	Menyampaikan Berita Buruk	Gagal menyampaikannya dapat mengakibatkan kebingungan/kemarahan. Strategi efektif: Jaga kebutuhan mendesak orang tersebut. Dengarkan empati, jangan berikan saran. Jangan gunakan pernyataan klise.
17-18	Kreativitas	Manfaat: Memecahkan masalah dan keluar dari rutinitas yang membosankan. Hambatan: Takut akan kegagalan (takut dianggap tidak cerdas atau tidak praktis). Teknik Analitis: Uraikan komponen (Kapan, Di mana, Siapa), lalu cari alternatif baru (Contoh Kasus Rapat Staf).

11.4 IV. 10 Soal Kuis

11.4.1 Kuis 1 (Soal 1 - 5)

1. Menurut sumber, apa fungsi utama dari afirmasi dalam ekspresi diri?
2. Pengungkapan diri (*Self-disclosure*) harus *appropriate* (sesuai). Apa dua faktor utama yang menentukan seberapa jauh kita harus membiarkan diri terekspos dalam pengungkapan diri?
3. Mengapa perilaku mencari persetujuan (*approval seeking*) dapat berakibat buruk pada relasi, meskipun orang wajar menginginkan penerimaan?
4. Jelaskan dan berikan contoh dua strategi perolehan kepatuhan (*compliance strategies*) dalam pendekatan *take and give* yang bersifat transaksional.
5. Dalam konteks permintaan maaf yang efektif, jelaskan perbedaan langkah yang harus dilakukan jika terjadi kerusakan properti fisik versus kerusakan emosional.

11.4.2 Kuis 2 (Soal 6 - 10)

6. Keterampilan bertanya merupakan instrumen yang kuat dalam percakapan. Sebutkan tiga manfaat yang dapat diperoleh komunikator melalui pertanyaan.
7. Sebutkan dua keterampilan mendengarkan yang penting yang membantu seseorang mengingat nama orang lain dan membuatnya merasa diperhatikan.
8. Dalam konteks memberikan arahan, bagaimana cara menata petunjuk agar paling mudah diikuti oleh pendengar?
9. Jelaskan perbedaan antara *restatement* dan *klarifikasi* sebagai alat *probing* saat Anda dihadapkan pada pesan yang tidak jelas.
10. Untuk mengatasi rutinitas membosankan, salah satu teknik kreativitas yang disarankan adalah Pendekatan Analitis. Bagaimana langkah-langkah kerja teknik ini?

Beri nama file `Activitas_6.xlsx` menjadi `Activitas_6_NIM.xlsx`, simpan di cloud lalu submit link file tersebut pada form Kuiz 6

12 Kuliah 7

TBD

13 Kuliah 8

TBD

14 Kuliah 9

TBD

15 Kuliah 10

TBD

16 Kuliah 11

TBD

17 Kuliah 12

TBD

18 Kuliah 13

TBD

19 Summary

In summary, this book has no content whatsoever.

References