

Yang Kita Butuhkan Saat Ini sebagai Mahasiswa (Ilmu Komunikasi)

Oleh : Nathania Sarah

Pembahasan kita kali ini lebih menitikberatkan kepada citra yang berujung kepada *Trust* dan targetnya adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi. Kenapa citra harus berujung kepada *Trust* atau kepercayaan? Jawabannya adalah saat orang memandang kita memiliki citra baik, percayalah itu hanya pandangan yang dapat berganti di esok hari menjadi buruk ketika melihat kita melakukan kesalahan. Namun saat orang-orang sudah memiliki kepercayaan kepada kita, kesalahan-kesalahan kita akan mudah terampuni dengan catatan kita harus terus dan terus menerus mencoba untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Kenapa mahasiswa Komunikasi? Saya juga tidak memiliki alasan khusus, namun ini lebih kepada saya sekarang adalah seorang mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi, Prodi Hubungan Masyarakat atau biasa dikenal sebagai Public Relations dimana setiap harinya saya selalu bertemu dan berinteraksi dengan bermacam-macam rupa dan kepribadian mahasiswa Komunikasi maupun fakultas lainnya. Menurut saya adalah penting untuk membahas hal yang sering dianggap sepele namun jika diperhatikan dapat mengubah hidup kita 180 derajat. Karena saat kita bergelar Sarjana Komunikasi, apalagi dengan spesialisasi di bidang *Public Relations* akan sangat memalukan bila kita mungkin tidak disukai di lingkungan kita, kita memiliki banyak musuh, kita masih belum bisa menjaga omongan kita, bagaimana mungkin kita pantas disebut orang yang mengerti segala sesuatu tentang berkomunikasi yang jika dipelajari merupakan suatu hal yang rumit dan cukup krusial.

Image atau Citra didefinisikan sebagai a *picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Bill Canton mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Menurut Philip Henslowe, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi).

Kemudian Rhenald Kasali juga mendefinisikan citra sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi. Informasi yang diterima oleh seseorang dapat berupa fakta maupun opini, maka dari itu disinilah bagaimana citra dapat sangat dipengaruhi dan juga berpengaruh bagi kehidupan seseorang. Citra seseorang tidak hanya dapat berpengaruh terhadap kehidupan orang tersebut, namun juga terhadap lingkungan dimana orang itu tinggal atau biasa berada. Contoh citra seorang Ayah yang baik dapat membuat orang-orang disekitarnya berpikir keluarganya pun demikian, meski pun tidak selalu demikian. Begitu juga dengan anak, citra buruk seorang anak dapat membuat orang-orang disekitarnya ia berada di keluarga yang buruk juga, meski pun kenyataannya tidak selalu demikian.

Sedangkan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai (Moorman, 1993). Menurut Rousseau et al (1998), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya (Mayer et al, 1995).

(sumber: wikipedia.com)

Dalam perusahaan pun juga terjadi hal ini, bagaimana citra dan kepercayaan yang dibangun seorang CEO berpengaruh kepada pandangan publik eksternal maupun internalnya terhadap perusahaan tersebut. Bahkan Agung Laksmiana berkata dalam bukunya "What's CEO Wants From PR?" mengenai semua warga sebuah perusahaan atau organisasi adalah PR-nya perusahaan atau organisasi tersebut. Hal ini membuat kita bertanya-tanya apakah maksud dari pernyataan tersebut? Maksudnya adalah bagaimana setiap tindakan, perilaku, perlakuan kita terhadap orang lain pasti membuat orang ingin tahu dari mana kita berasal, dimana kita bekerja atau berkuliah, apa yang biasa kita lakukan, apa yang sedang kita

pelajari, dan lain sebagainya. Tentu saja keingintahuan orang-orang tersebut akan berubah menjadi sebuah opini saat mereka sudah mengetahuinya, dan opini yang tercipta itu tergantung dari kita sebagai orang yang dipandang. Apakah baik atau buruk.

Banyak mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sudah peduli tentang hal ini dari dulu, banyak juga yang baru saja peduli tentang hal ini saat memasuki bangku kuliah, banyak yang hanya tau tentang ini namun bersikap masa bodo, banyak yang berpikiran terlalu idealisme jadi ia lupa akan pandangan orang sekitar, banyak yang hanya dapat mengkritisi perilaku orang lain sebagai penonton kehidupan (*why don't you try to be the actor?*), banyak juga yang lebih mementingkan kalimat "just be your self!" dalam artian tidak peduli orang mau berkata apa yang penting senang dan jadi diri sendiri. Menurut saya yang terakhir adalah yang *terpathetic* dengan catatan jika 'diri sendiri' mereka adalah orang yang berantakan dan tidak tahu aturan. Akan lebih baik jika menjadi diri sendiri dalam keunikan dan nilai-nilai positif yang melekat dalam diri kita.

Dalam artikel ini saya ingin memberikan solusi simpel untuk para mahasiswa. Dalam kehidupan sehari-hari kita sudah dibiasakan terlalu kritis dalam segala hal, akademi maupun non-akademi. Namun saking kritisnya, biasanya mahasiswa lupa akan hal-hal kecil yang menjadi alat-alat kecil pembentuk kehidupan kita. Hal ini saya analogikan seperti sebuah mesin yang tidak memiliki beberapa baut di dalamnya. Mungkin bisa bekerja, namun tidak optimal dan akan cepat rusak, dan pada akhirnya perlu diperbaiki. Untuk orang-orang disekitar saya mungkin sudah sering mendengar saya mengucapkan kalimat "Perhatikanlah hal-hal kecil. Jika hal-hal kecil saja tidak kita perhatikan, bagaimana mungkin kita dapat memperhatikan hal-hal besar?" Mungkin, tetapi bagi seorang pemimpin yang tidak memiliki tindakan, hanya bermimpi. Tapi ini bukan berarti kita tidak boleh memimpikan hal-hal yang besar. Tentu saja boleh! Namun akan lebih baik jika sebelum kita bermimpi hal-hal yang besar, kita sudah tau sampai mana kita telah menata hidup kita dan pastinya dimulai dari hal yang kecil-kecil terlebih dahulu.

Pertama, peran kita sebagai makhluk hidup yang mulia sangat berpengaruh terhadap satu sama lain maupun kelangsungan hidup lingkungan kita dan kita mahasiswa harus sadar terlebih dahulu kalau citra dan kepercayaan seseorang terhadap kita berpengaruh penting

bagi kehidupan kita. Kita harus mulai meng-*upgrade* diri kita terus menerus tanpa batas dalam hidup sosial maupun pemikiran kita. Kita harus selalu merasa ada yang kurang dari diri kita. Bukan berarti untuk mencapai kesempurnaan, itu tidak mungkin. Tapi setidaknya, hidup kita berdampak untuk orang lain mulai dari satu orang, dua orang, tiga orang, sepuluh orang, bahkan seratus dan bilangan yang tidak terhitung lagi. Entah mengapa itu menjadi patokan *goals* hidup saya yang mungkin terlihat sederhana dan klasik, namun pembuktiannya butuh proses yang panjang, rumit, dan penuh perjuangan entah itu dalam bidang apapun.

Kedua, *why don't we tell everyone about this important thing that could change their and a whole world?* Kita harus memberitahu orang-orang disekitar kita. Mulai dari yang terdekat yaitu keluarga, sahabat, teman-teman, bahkan lewat sosial media kita yang jangkauannya bisa banyak sekali orang. Kalau ingin memberitahu mahasiswa, tidak cukup hanya sekali, akan lebih akurat jika kita tidak membiarkan kepalsuan ada dalam diri kita. Saat kita sudah meng-*upgrade* diri kita, tidak aneh kalau kita pun ingin orang-orang melakukan hal yang sama seperti yang kita lakukan. Pastikan kita adalah orang-orang yang kredibel untuk meminta orang melakukan hal tersebut, orang yang profesional dalam bidang yang kita geluti, dapat bersosialisasi dengan banyak orang, punya pemikiran yang realistis tapi membangun, dan intinya nilai-nilai yang positif ada di diri kita dan mulai meminimalisir yang negatifnya. Kita harus tau kita adalah buku terbuka yang siap dibaca orang-orang dari sisi manapun dan dengan perspektif apapun.

Jika bisa disimpulkan, sebagai kunci, yang harus kita lakukan sebagai mahasiswa khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah mulai berpikir. Simpel bukan? Lalu cari tahu tentang hal ini pastinya dari sumber-sumber yang benar. Mungkin daritadi saya berkata ini adalah hal yang penting dan belum tentu semua orang setuju dengan *statement* saya, maka dari itu saya berkata juga bahwa ini adalah sebuah pilihan. Pilihan yang mengubah hidup kita sebagai calon-calon sarjana Komunikasi khususnya di bidang *Public Relations*. Perusahaan-perusahaan maupun instansi, kelompok-kelompok sosial, lingkungan yang sempit maupun luas diluar sana menunggu kita bekerja, membantu, menata dan membangun kehidupan yang lebih baik.

