

BAHAN AJAR
KOMUNIKASI ANTAR PERSONAL

PRAKATA

Puji syukur atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memperkenankan buku itu dituliskan untuk membantu para mahasiswa matakuliah KOMUNIKASI ANTAR PERSONAL untuk memahami dan mendalami materi yang dibahas dalam matakuliah tersebut.

Penyusunan buku ini masih sangat membutuhkan perbaikan dan penyesuaian dengan topik-topik terkini. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan masukan maupun kritik demi perbaikan di masa yang akan datang.

Selamat belajar.

London , September 2019

Penyusun

DAFTAR ISI

PRAKATA	1
DAFTAR ISI.....	2
PENDAHULUAN	3
MATERI 1: PENGANTAR KOMUNIKASI	8
MATERI 2: DASAR-DASAR KOMUNIKASI INTERPERSONAL.....	13
MATERI 3: MEMAHAMI KOMUNIKASI VERBAL	16
MATERI 4: MEMAHAMI KOMUNIKASI NONVERBAL	22
MATERI 5: PENGANTAR KOMUNIKASI DIDEPAN UMUM	27
MATERI 6: KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA.....	32
MATERI 7: DASAR-DASAR KOMUNIKASI PERSUASI.....	36
MATERI 8: SISTEM KOMUNIKASI KELOMPOK	40
MATERI 9: SISTEM KOMUNIKASI MASSA	46
MATERI 10: INFORMATIVE SPEECH.....	40
MATERI 11: PENGELOLAAN KONFLIK DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL	55
DAFTAR PUSTAKA.....	60

PENDAHULUAN

1. Manfaat Mata Kuliah

Mata kuliah ini diberikan pada mahasiswa untuk dapat memahami dasar-dasar pengetahuan terkait dengan komunikasi antar personal dan yang lebih penting lagi adalah bagaimana merencanakan suatu intervensi psikologis dan sosial untuk mempromosikan suatu perubahan perilaku yang mendasar pada komunikasi dengan menggunakan prinsip-prinsip partisipatoris agar perubahan yang dipromosikannya tersebut dapat sustainable

2. Deskripsi Perkuliahan

Mata kuliah ini membahas tentang proses psikologis di dalam komunikasi, terutama terkait dengan bagaimana merencanakan suatu program untuk menciptakan suatu perubahan perilaku yang lebih baik di dalam komunikasi. Mata kuliah ini tidak saja memberikan teori-teori terkait dengan komunikasi saja, namun juga memberikan wawasan mengenai pendekatan-pendekatan alternatif yang banyak digunakan oleh para pekerja sosial maupun aktivis-aktivis pemberdayaan masyarakat berbasis partisipatoris.

3. Tujuan Instruksional

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini (pada akhir semester), mahasiswa akan dapat menyebutkan teori-teori maupun pendekatan-pendekatan untuk melakukan intervensi psikologis maupun sosial di dalam komunikasi untuk melakukan perubahan perilaku dan mempromosikan hidup yang lebih baik bagi komunikasi. Mahasiswa juga akan memperoleh dasar-dasar pemberdayaan komunikasi secara partisipator sebagai acuan dalam melakukan intervensi-intervensi di dalam komunikasi.

4. Organisasi Materi

Organisasi materi dapat dilihat pada jadwal perkuliahan.

5. Strategi Perkuliahan

Strategi instruksional yang digunakan pada mata kuliah ini terdiri dari:

- a. Urutan kegiatan instruksional berupa: pendahuluan (tujuan mata kuliah, cakupan materi pokok bahasan, dan relevansi), penyajian (uraian, contoh, diskusi, evaluasi), dan penutup (umpan balik, ringkasan materi, petunjuk tindak lanjut, pemberian tugas di rumah, gambaran singkat tentang materi berikutnya)
- b. Metode instruksional menggunakan: metode ceramah, tanya-jawab, diskusi kasus, dan penugasan.
 - Ceramah berupa penyampaian bahan ajar oleh dosen pengajar dan penekanan-penekanan pada hal-hal yang penting dan bermanfaat untuk diterapkan nantinya dalam merencanakan suatu program intervensi komunikasi.
 - Tanya jawab dilakukan sepanjang tatap muka, dengan memberikan kesempatan mahasiswa untuk memberi pendapat atau pertanyaan tentang hal-hal yang tidak mereka mengerti atau bertentangan dengan apa yang mereka pahami sebelumnya.
 - Diskusi kasus dilakukan dengan memberikan contoh kasus/kondisi pada akhir pokok bahasan, mengambil tema yang sedang aktual di masyarakat dan berkaitan dengan pokok bahasan tersebut, kemudian mengajak mahasiswa untuk memberikan pendapat atau menganalisis secara kritis kasus/kondisi tersebut sesuai dengan pengetahuan yang baru mereka dapatkan.
 - Penugasan diberikan untuk membantu mahasiswa memahami bahan ajar, membuka wawasan, dan memberikan pendalaman materi. Penugasan bisa dalam bentuk menulis tulisan ilmiah, membuat *review* artikel ilmiah, ataupun membuat tulisan yang membahas kasus/kondisi yang berkaitan dengan pokok bahasan. Pada penugasan ini, terdapat komponen ketrampilan menulis ilmiah, berpikir kritis, penelusuran referensi ilmiah, dan ketrampilan berkomunikasi.
- c. Media instruksionalnya berupa: *LCD projector*, *whiteboard*, artikel aktual di surat kabar/internet/majalah/jurnal ilmiah, buku diktat bahan ajar, *handout*, dan kontrak perkuliahan.

- d. Waktu (per-SKS): 5 menit pada tahap pendahuluan, 40 menit pada tahap penyajian, dan 5 menit pada tahap penutup.
- e. Evaluasi: evaluasi formatif dilakukan selama proses pembelajaran berlangsung.

6. Materi/Bacaan Perkuliahan

Buku/bacaan pokok dalam perkuliahan ini adalah:

- A. Orford, J. (1992). *Community psychology: Theory and practice*. NY: John Wiley & Sons Ltd.
- B. Duffy, K.G. and Wong, F.Y. (2003). *Community psychology*. Third edition. Boston: Allyn and Bacon

7. Tugas

Dalam perkuliahan, diberikan beberapa tugas sebagai berikut:

- a. Materi perkuliahan sebagaimana disebutkan dalam jadwal perkuliahan harus sudah dibaca sebelum mengikuti tatap muka. Apabila ada, *handout* sudah akan diserahkan pada mahasiswa sebelum hari kuliah.
- b. Quiz diberikan kurang lebih 4-5 kali selama proses perkuliahan untuk menilai pemahaman mahasiswa dan absensi. Kehadiran pada tatap muka minimal 75%.
- c. Evaluasi mahasiswa dilakukan dengan mengadakan kuis, setiap beberapa kali pertemuan, dengan format soal pilihan ganda atau *essay*.
- d. Penugasan sesuai pokok bahasan, yang harus sudah diselesaikan sesuai tanggal yang ditentukan.

8. Kriteria Penilaian

Penilaian akan dilakukan oleh pengajar dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

Nilai dalam huruf	Rentang skor
A	80- keatas
B	65-79
C	55-64
D	40-54

E	kebawah -39
---	-------------

- Pembobotan nilai adalah sebagai berikut:
 Nilai Tugas/quiz : 30% (penugasan kuliah, laporan, presentasi, quiz)
 UTS : 35%
 UAS : 35%
- Bagian Psikologi tidak mentolerir adanya kecurangan dalam ujian. Ujian Kuis, UTS, UAS adalah instrumen untuk menguji kemampuan mahasiswa dalam memahami mata kuliah. Apabila mahasiswa menunjukkan gerak-gerik mencurigakan selama tes-tes tersebut, atau ditemukan mencontek/memberikan contekan, akan mendapatkan pengurangan nilai 25% dari nilai yang diperolehnya untuk tes tersebut, dan pengurangan ini akan disampaikan secara terbuka pada waktu pengumuman nilai. Apabila mahasiswa ditemukan membawa/membuat (walaupun tidak membuka) catatan selama tes-tes tersebut, baik berupa kertas, coretan di kursi, dan sebagainya, maka mahasiswa tersebut akan mendapat nilai 0 untuk tes tersebut.
- Presentasi ketentuan mendapatkan penilaian kehadiran sebagai berikut:
 - Setiap mahasiswa wajib hadir tepat waktu saat perkuliahan dimulai. Bagi yang terlambat melebihi 15 menit maka diperkenankan masuk tetapi tidak diperkenankan melakukan presensi.
 - Bagi mahasiswa yang jumlah presensinya kurang dari 75% dari jumlah kehadiran kuliah sebelum UTS (atau tidak hadir sebanyak 2 kali) maka orang bersangkutan tidak boleh mengikuti UTS (atau tidak hadir sebanyak 4 kali) maka orang bersangkutan tidak boleh mengikuti UAS. Larangan ini tidak berlaku apabila yang bersangkutan mengganti ketidakhadiran dengan menulis paper/tugas/makalah.

MATERI 1: PENGANTAR KOMUNIKASI

A. PENGERTIAN KOMUNIKASI

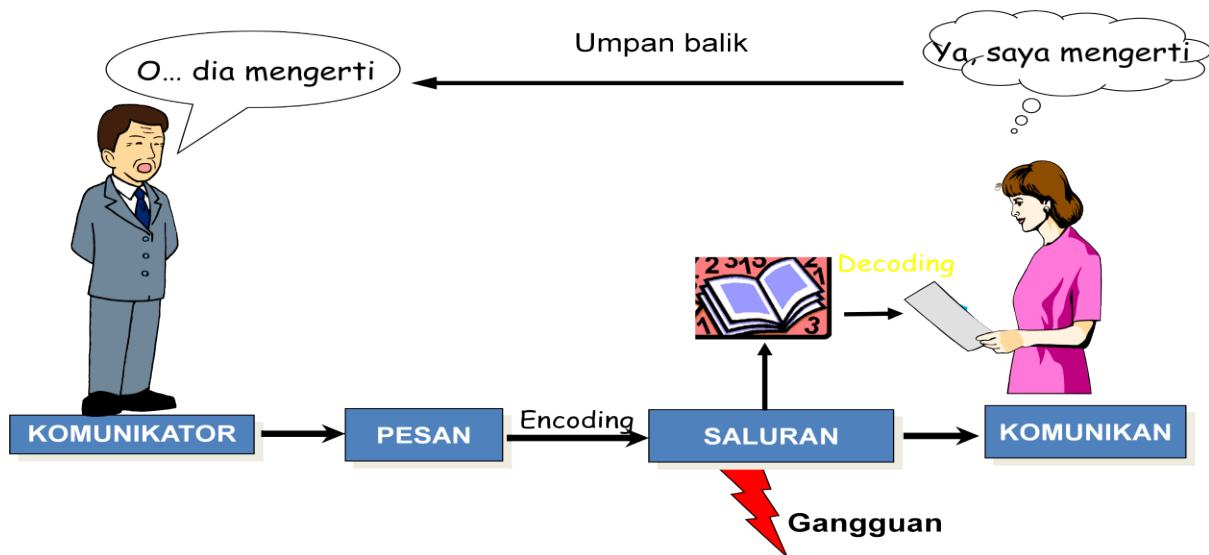
Suatu tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, & ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

B. MACAM-MACAM KOMUNIKASI

- a. **Intra-pribadi** adalah komunikasi yang dilakukan dengan berbicara dengan diri. Bertujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisa, dan merenungkan.
- b. **Antar-pribadi** adalah komunikasi yang dilakukan antar dua orang. Bertujuan untuk mengenal orang lain dan diri sendiri, mengungkapkan diri sendiri terhadap orang lain, bermain, bahkan membantu orang lain.
- c. **Kelompok kecil** adalah komunikasi yang dilakukan dalam sekelompok kecil orang. Bertujuan untuk berbagi informasi yang diperoleh, mengembangkan suatu gagasan, memecahkan suatu permasalahan, serta membantu oranglain.
- d. **Organisasi** adalah komunikasi yang dilakukan dalam suatu organisasi formal. Bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, membangkitkan semangat kerja dan memberi suatu informasi.
- e. **Publik (terbuka)** adalah komunikasi yang dilakukan dari pembicara kepada khalayak. Bertujuan untuk memberi informasi meyakinkan dan menghibur.
- f. **Antar budaya** adalah komunikasi yang dilakukan antar orang dari budayayang berbeda. Bertujuan untuk saling mengenal, berhubungan satu dengan yang lainnya, mempengaruhi, bermain, bahkan membantu satu dengan yang lainnya.
- g. **Massa** adalah komunikasi yang diarahkan kepada khalayak yang sangat luas, disalurkan melalui sarana audio dan/atau visual. Bertujuan untuk menghibur, meyakinkan (mengukuhkan, mengubah, mengaktifkan), memberi informasi, mengukuhkan status, membius, menciptakan rasa persatuan.

C. PROSES KOMUNIKASI

PROSES KOMUNIKASI



Menurut Hardjana (2003), Proses komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan dan tidak ada hambatan untuk hal itu.

D. UNSUR KOMUNIKASI

1. SUMBER/KOMUNIKATOR
2. ISI PESAN
3. MEDIA/SALURAN
4. PENERIMA/KOMUNIKAN

E. TUJUAN KOMUNIKASI

1. Penemuan Diri (*Personal Discovery*), dalam hal ini bila berkomunikasi dengan orang lain, kita dapat belajar mengenal diri kita sendiri selain juga tentang orang lain. Prinsip diri sendiri sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah dipelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam pertemuan- pertemuan antar pribadi. Cara lain untuk melakukan penemuan diri adalah melalui

proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai kegagalan kita dengan orang lain (Thibaut dan Kelley, 1986)

2. Berhubungan dengan Orang lain, dalam hal ini salah satu motivasi yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain – membina dan memelihara hubungan dengan orang lain.
3. Untuk Meyakinkan, dalam hal ini media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku yang dilakukan.
4. Untuk Bersenang-senang, dalam hal ini komunikasi bertujuan untuk menghibur diri kita sendiri, misalnya dengan mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, bahkan film sebagian besar untuk hiburan.

F. KETERAMPILAN MENDENGAR

- a. Mendengarkan untuk Kesenangan, dalam hal ini biasanya akan menyita banyak waktu. Kita dapat melakukan hal seperti mendengarkan musik, siaran olahraga, atau pertunjukan televisi yang pada dasarnya untuk kesenangan. Kegiatan mendengarkan biasanya relatif pasif.
- b. Mendengarkan untuk Informasi, sebagai mahasiswa atau pelajar, tanggung jawab utama mendengarkan adalah mendengarkan untuk suatu informasi yang diperoleh dari guru atau dosen dan rekan mahasiswa yang lain. Mendengarkan untuk informasi biasanya bertujuan untuk mendapatkan informasi yang baru yang belum kita ketahui, disamping itu mendengarkan suatu informasi akan menambah keterampilan baru atau melakukan sesuatu secara lebih efektif.
- c. Mendengarkan untuk membantu, setiap manusia akan memiliki masalah dalam hidupnya, dalam hal ini mendengarkan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan agar dapat meringankan beban seseorang. Biasanya bantuan yang kita berikan dapat bersifat lebih langsung, misalnya dalam bentuk pemberian saran dan nasihat.

G. HAMBATAN DALAM MENDENGAR

- a. Sibuk dengan Diri Sendiri, adakalanya kesibukan diri sendiri timbul karena memikul peran sebagai pembicara, mulai dari menyiapkan tanggapan dan memikirkan apa yang akan dikatakan untuk menjawab suatu pembicaraan.

- b. Sibuk dengan Masalah-masalah Eksternal, dalam hal ini biasanya kita memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang tidak relevan dengan interaksi, misalnya memikirkan apa yang akan dilakukan malam ini, memikirkan hal-hal yang sudah terjadi.

H. 4 DIMENSI DALAM MENDENGAR

- a. Partisipatif & Pasif
- b. Empatik & Obyektif
- c. Tanpa Menilai & Penuh Penilaian
- d. Secara Dangkal & Mendalam

I. 3 CARA DALAM MENDENGAR

- a. Mengulangi Pemikiran Pembicara
- b. Menyatakan Pengertian Atas Pengertian Pembicara
- c. Mengajukan Pertanyaan yang Relevan

J. UNSUR LAIN DALAM KOMUNIKASI

- 1. Cara Berbicara
- 2. Mendengar
- 3. Cara Mengamati
- 4. Menjaga Sikap Selama Berkomunikasi (bahasa tubuh) Agar Tidak Mengganggu Komunikasi

K. KESIMPULAN

Komunikasi adalah tindakan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, yang dimana setiap orang dapat sebagai pengirim dan menerima pesan, yang terkadang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, & ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Komunikasi bertujuan untuk memperoleh informasi, baik untuk informasi Penemuan Diri (*Personal Discovery*), berhubungan dengan oranglain, untuk meyakinkan suatu informasi, dan bahkan adakala informasi untuk bersenang-senang.

MATERI 2: DASAR-DASAR KOMUNIKASI INTERPERSONAL

A. PRINSIP HUBUNGAN ANTAR PRIBADI

Walster & Walster (1976) :

Suatu hubungan interpersonal akan berlangsung lama apabila dalam interaksi antara kedua orang tersebut terjadi transaksi yang adil (equity). Dalam prinsip equity, keadilan akan terjadi apabila masing-masing pihak yang terlibat dalam interaksi sosial sama-sama memberi dan menerima dalam proporsi yang seimbang.

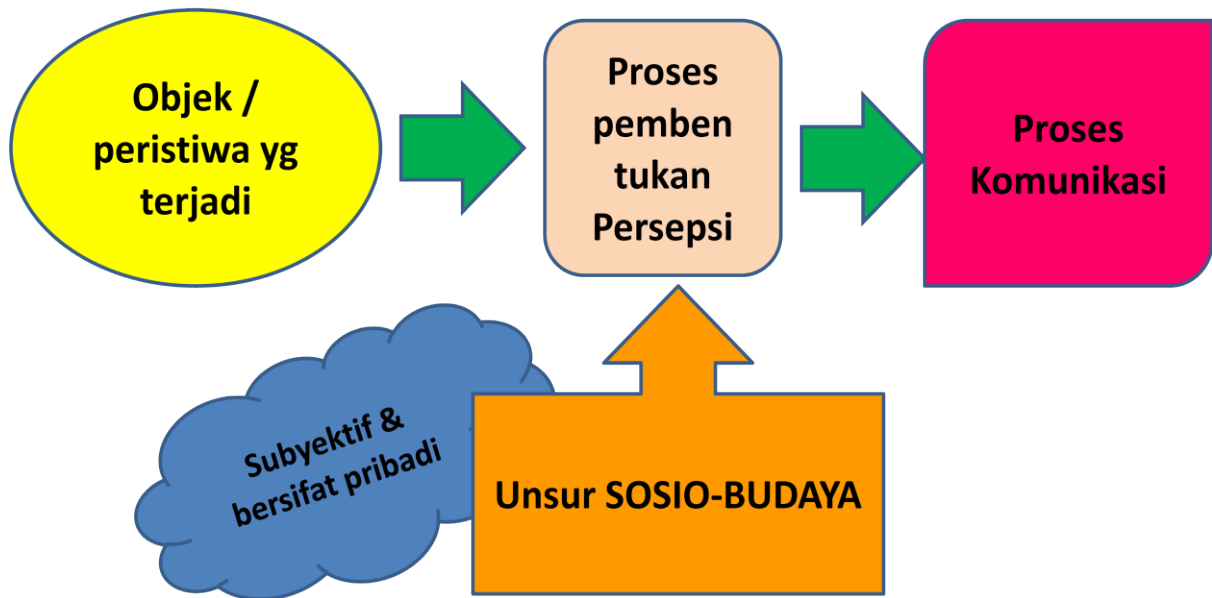
Kunci Sukses Hubungan Antar-Pribadi:

1. Kemampuan Dari Dalam Diri/Individu Penampilan Diri Agar Menarik

- a. Berbicara Tentang Kesamaan Kita Dengan Orang Lain, biasanya apabila adanya kesamaan (similarity) antara diri kita dengan orang lain akan menimbulkan rasa saling menyukai.
- b. Membicarakan Kesukaan / Minat Orang Lain, orang akan menyukai kita apabila kita berbicara tentang hal-hal yang mereka sukai.
- c. Membuat Orang Mearsa Penting
- d. Mengingat Nama Orang, dalam hal ini mengingat nama orang berarti mengingat seluruh diri orang tersebut, dengan kata lain sebagai wujud perhatian yang ditunjukkan.
- e. Tidak Merasa Rendah Diri, apabila kita merasa rendah diri akan menyebabkan kekauan saat berlangsungnya komunikasi, dan biasanya akan terlalu memperhatikan kegagalan dibandingkan kesuksesanya.
- f. Berpenampila Bersih dan Rapi, pada umumnya orang akan menyukai kebersihan & Kerapian.
- g. Menggunakan Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Menyenangkan, dalam hal ini berhati-hatilah menggunakan bahasa yang akan dilakukan dalam berkomunikasi.
- h. Menyiapkan Mental untuk Menerima Kritik, bila cepa tersinggung dan putus asa akan sulit mencapai suatu keberhasilan dari komunikasi yang kan dilakukan.

2. Persepsi Terhadap Orang Lain

Proses pembentukan persepsi



a. Unsur Sosio – Budaya

1. Belief, Value, Attitude
2. World View
3. Cognition Construction

b. Faktor yang mempengaruhi terbentuknya Persepsi:

1. Hal-Hal Yang Ada Di Dalam Diri Sendiri

- Kepribadian
- Pengalaman masa lalu
- Keadaan emosi saat itu
- Peran yang dipegang

2. Hal-Hal Yang Ada Pada Diri Orang Lain

- Ciri fisik
- Jenis kelamin
- Antar suku
- Usia

3. Situasi Saat Hubungan Interpersonal Dilakukan

- Kondisi fisik, terkait dengan ruang, penerangan, cuaca
- Konteks sosial, status ekonomi , jabatan, dll

B. KESIMPULAN

Prinsip hubungan antar pribadi akan berlangsung lama apabila dalam interaksi antara kedua orang tersebut terjadi transaksi yang adil (equity), interaksi sosial yang berlangsung sama-sama memberi dan menerima dalam proporsi yang seimbang. Kunci sukses hubungan antar pribadi adalah berbicara tentang kesamaan kita dengan orang lain, membicarakan kesukaan/minat orang lain, membuat orang merasa penting, mengingat nama orang, tidak merasa rendah diri, berpenampilan bersih dan rapi, menggunakan bahasa verbal dan nonverbal yang menyenangkan, menyiapkan mental untuk menerima kritik.

MATERI 3: MEMAHAMI KOMUNIKASI VERBAL

1. BAHASA SEBAGAI SEBUAH SISTEM SIMBOL

Bahasa dapat diibaratkan sebagai sebuah simbol yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal, memiliki karakteristik:

1. Produktivitas

Bahasa bersifat produktif, kreatif, ada gagasan-gagasan baru yg muncul dari setiap pesan yang disampaikan (Computare, Komputer, PC, Notebook, Netbook, Tablet)

2. Pengalihan (*Displacement*)

Dengan bahasa, manusia dapat membahas-membayangkan sesuatu yang 'jauh' dari segi tempat atau waktu, kita bisa membahasakan sesuatu yang belum pernah kita lihat atau jangkau (Putri duyung).

3. *Rapid Fading* (Cepat Lenyap)

Pesan akan segera lenyap setelah disampaikan, sehingga saat pesan sudah disampaikan harus segera diingat, dicatat dan dikomunikasikan kembali, jika tidak akan segera lenyap → rekam, *fieldnote*

4. *Arbitrary* (Kebebasan Makna)

Pesan dari sebuah bahasa mempunyai kebebasan makna, tidak memiliki keterbatasan/patokan dari benda atau sesuatu yang sedang dideskripsikan. Seseorang bebas memaknai arti dari setiap pesan yang digambarkan (anggur lebih enak dari jeruk, biru lebih soft dari abu-abu, corak garis-garis lebih bagus dari kotak-kotak).

5. *Culurally Transmitted* (Transmisi Budaya)

Bahasa manusia diwariskan secara tradisional. Seorang anak yang lahir dr keluarga dengan bahasa Inggris akan menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa ibunya.

2. PENTINGNYA BAHASA UNTUK KOMUNIKASI MANUSIA

1. Produktivitas

Produktivitas memungkinkan kita menciptakan kalimat-kalimat yg belumpernah kita ucapkan secara tak terbatas. Tapi kalimat-kalimat tersebut harus

mengikuti kaidah-kaidah agar dapat dimengerti orang lain → “Ciyuus?“, “Terus, Gue harus bilang uwaaw gitu?“, “Sesuatu ya“, galau, Baper, Cemungud.

2. Kemampuan Berbohong

Memungkinkan kita untuk menciptakan pemikiran-pemikiran baru (produktif) karena pemikiran2 itu tidak terbatas. Terkadang tidak memperdulikan fakta, faktual, lingkungan (“Saya dinner bersama Julia Robert” di Ubud, “ Saya bertemu putri duyung di pantai Serangan”).

3. Dimengerti Dengan Cepat (*Instant Intelligibility*)

Karena cepat lenyap, maka pesan yg disampaikan harus dapat dimengerti dengan cepat. Sehingga kejelasan merupakan hal penting, terutama dalam komunikasi oral.

3. HAMBATAN-HAMBATAN DALAM INTERAKSI BAHASA VERBAL

1. Polarisasi

Kecenderungan untuk memaknai sesuatu dengan bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrim.

Contoh : baik-buruk, pandai-bodoh.

2. Implikasi Pragmatis

Kesalahan dalam menyimpulkan fakta (kesimpulan yang cenderung “barangkali”, tapi belum tentu benar).

Contoh : kuliah Psi Sos I (SP-HD) membosankan, Anda mendengar bahwa Psikologi Sosial II semester depan akan diajar dosen HD-DV → anda menyimpulkan bahwa Psikologi Sosial II akan lebih menyenangkan dari SP-HD

3. Orientasi Intensional (*Intensional Orientation*)

Kecenderungan untuk melihat seseorang atau objek sesuai ciri yg melekat pada mereka (DV tidak menarik karena suka gundul, mirip potongan kriminal, apapun yg DV katakan pasti bohong, jelek, salah, menyesatkan, penipuan, negatif)

4. Potong kompas (*Bypassing*)

Kesalahan mengevaluasi karena kegagalan seseorang menyampaikan pesan yg akan dikomunikasikan dan kegagalan penerima pesan menangkap pesan yang disampaikan.

Contoh : pembicaraan sepasang kekasih

5. Kesemuaan/Allness

Kecenderungan untuk memaknai sesuatu hanya dengan berdasarkan sebagian fakta atau informasi yang kita peroleh/dengarkan.

Contoh : 6 orang buta yang mendeskripsikan seekor gajah

6. Evaluasi Statis

Kecenderungan untuk tetap menilai buruk/jelek seseorang meskipun keadaan sudah berubah, tetap dianggap tidak berubah/statis.

Contoh: Mahasiswa dengan IPK jelek

4. PRINSIP BAHASA DAN INTERAKSI VERBAL

1. PEMBICARAAN YANG MERENDAHKAN (*Downwalk Talk*)

Pernyataan yang dengan sengaja bermaksud untuk merendahkan lawan bicaranya meskipun tidak menggunakan bahasa yang kasar/makian.

Contoh :

- “Saya tidak yakin kamu mengikuti perkembangan mode, tapi...”
- “Saya paham ini semua diluar kemampuanmu, tapi cobalah untuk sedikit saja, memahaminya.

2. UNJUK KEKUATAN (*Power Play*)

Serangan-serangan verbal yang diarahkan untuk menjatuhkan seseorang dan membuatnya mencapai apa yang dia inginkan.

Contoh :

- “Tak seorang pun yang posisinya diatas” → orang yang tidak akan menerima untuk di atur.
- “Saya tidak tahu bahwa saya harus mengetuk pintu dulu” → Orang yang tidak mengindahkan aturan tidak tertulis.
- “Kamu berhutang padaku” → Menempatkan seseorang pada pilihan harus menuruti kemauannya akibat hutang budi.
- “Bagaimana mungkin anda keluar dari perusahaan ini” → Seseorang yang ingin menunjukkan dominasinya terhadap orang lain.

3. PEMBICARAAN YANG BERBELIT-BELIT (*Gobbledygook*)

Pembicaraan yang menggunakan bahasa yang rumit dan membingungkan. Banyak digunakan pada dokumen2 pemerintah, kontrak kerja dan pembicaraan-pembicaraan politik, Lawan bicara akan merasa bingung, tidak percaya diri, dan merasa direndahkan.

Contoh :

- Konstituen di daerah harus paham betul bahwa kita akuntabel,
- Kita Mapping-kan dulu tender ini, sebelum kita goal-kan, lalu baru audiensi.
- Kami di BKD tidak menampik ada saja oknum yang merepresentasikan diri sebagai makelar proyek dan tender

5. ASPEK SOSIAL BAHASA DAN INTERAKSI VERBAL

a. Bahasa sebagai institusi sosial

Bahasa dirancang, dimodifikasi, dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan kultur dan subkultur yang selalu berkembang.

b. Fungsi Bahasa

1. Memudahkan komunikasi subkultural (tidak bisa berbahasa indonesia)
2. Berfungsi sebagai sarana identifikasi (sendirian di bandara)
3. Menjaga kerahasiaan (Privacy) (membicarakan orang lain)
4. Untuk membuat orang bingung (memiliki fungsi ganda +dan -)

Contoh: Polis asuransi (*premi, claim, masa tunggu*) istilah-istilah kedokteran (*singultus spasm, bilaterral periorbital hematoma*)

c. Tabu Dan Eufisme Bahasa

Tabu

Perilaku verbal yang dilarang penggunaannya ditiap-tiap suku atau kelompok masyarakat tertentu, biasanya memiliki alasan yang tidak terlalu jelas atau logis.

Asal Muasal Tabu

- Bersumber pada *ketakutan -kepatuhan* (Tuhan, dewa, Iblis)
- Bersumber pada *rasa sungkan-delicacy* (takut dikutuk, sumber penyakit)

- Bersumber pada *tata susila* (alat kelamin untuk menyebutkan penis)

Variasi Tabu

- Sesuatu yang di anggap tabu di 1 wilayah tertentu belum tentu akan dianggap sama di wilayah yang lain.
- Didalam 1 wilayah yang sama pun dapat terjadi pandangan yang berbeda terhadap hal yang di tabu-kan.
- Orang dewasa lebih diuntungkan dalam penggunaan bahasa yg dianggap tabu.
- Orang berpendidikan dituntut untuk memiliki perbendaharaan kata yang lebih untuk dapat mengekspresikan sesuatu yang mau dikatakannya
- Pembicaraan kaum pria lebih banyak menggunakan ungkapan tabu
- Pria juga mulai menggunakan ungkapan-ungkapan tabu pada usia yang lebih muda dibandingkan pada wanita

Alternatif Tabu; Eufimisme

Kata-kata yang baik/enak didengar yang dirancang untuk menggantikan bahasa-bahasa yang dianggap tabu pada topik-topik tertentu. (Tuna susila utk pelacur, penyesuaian harga untuk kenaikan harga, Asisten rumah tangga untuk PRT).

3 Fungsi Eufimisme, yaitu :

- Memberikan nama manis untuk hal yang buruk (kecanduan obat -> bermasalah dengan bahan kimia)
- Menamai ulang 1 hal menjadi terkesan lebih megah (pelayan di kantor -> office boy)
- Penghalus kualitas yang kurang diminati (*economy class*)

d. Rasisme Dan Seksisme Bahasa

Istilah-istilah yang digunakan oleh subkultur tertentu untuk menjelek-jelekkan subkultur lain.

Rasisme, istilah yang bernada menghina yang digunakan untuk menghina/merendahkan subkultur lain.

Contoh : Satpam identik dengan Suku Batak-Flores.

Seksisme, bahasa yang dipakai untuk mengangkat dan juga menjatuhkan seseorang berdasarkan jenis kelaminnya.

Contoh : “Dia (She) bertindak seperti layaknya laki-laki”, “Mengapa kamu melamar jadi sekretarisnya? Seperti perempuan saja”, “Wah! Keluarganya diambang kepunahan” (karena memiliki 9 anak perempuan).

A. KESIMPULAN

Bahasa dapat diibaratkan sebagai sebuah simbol yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal yang memiliki karakteristik, seperti produktivitas, pengalihan (*displacement*), *rapid fading* (cepat lenyap), *arbitrary* (kebebasan makna), *culurally transmitted* (transmisi budaya). Pentingnya bahasa untuk komunikasi manusia yang terkait dengan produktivitas (produktivitas memungkinkan kita menciptakan kalimat-kalimat yg belum pernah kita ucapkan secara tak terbatas), kemampuan berbohong (memungkinkan kita untuk menciptakan pemikiran-pemikiran baru (produktif) karena pemikiran2 itu tidak terbatas), dimengerti dengan cepat (karena bahasa itu cepat lenyap, maka pesan yg disampaikan harus dapat dimengerti dengan cepat).

MATERI 4: MEMAHAMI KOMUNIKASI NON VERBAL

A. PENGANTAR

Komunikasi Non Verbal

1. Pesan yang dikomunikasikan oleh gerakan tubuh tertentu, termasuk jugamata, ekspresi wajah, penggunaan jarak, kecepatan-volume suara, keheningan dan bahkan atribut yang dikenakan oleh seseorang
2. Memiliki banyak arti/kompleks shga sulit memahaminya
3. Memiliki pemaknaan yang berbeda disetiap budaya (tidak memiliki keteraturan)
4. Dapat sengaja dimunculkan maupun timbul dengan sendirinya
5. Bisa dipelajari untuk tujuan tertentu (melamar pekerjaan, mencari perhatian ketulusan, pengalaman)

Fungsi Komunikasi Non Verbal

1. Fungsi menekankan (memukul meja)
2. Fungsi melengkapi/complement, Memperkuat sikap umum dalam komunikasi verbal (memegang perut saat terbahak2, mengangguk/tersenyum saat mendengar/menceritakan sesuatu yg lucu)
3. Menunjukkan kontradiksi, isi pesan verbal-nonverbal (mengedipkan mata karena bicara kebohongan)
4. Fungsi mengatur, isyarat bahwa pemberi pesan ingin mengatur arus pesan verbal (mencondongkan badan kedepan, isyarat tangan)
5. Fungsi mengulangi (ayo kita pergi! sambil menggerakkan tangan sebagai pengulangan, apa benar? sambil menaikkan alis/mengerutkan dahi)
6. Fungsi menggantikan (ya=mengacungkan jempol; tidak=gelengkan kepala)

B. CIRI-CIRI UMUM/UNIVERSALITAS DARI KOMUNIKASI NON VERBAL

1. Komunikatif (duduk sendiri disudut sambil membaca buku, mahasiswa memandang kosong keluar jendela saat sedang kuliah).

- Kesamaan perilaku (*behavioral synchrony*) → (mereka cocok ya, mau ngapa-ngapain tetap aja terlihat nyambung)
 - Komunikasi artifaktual → Memaknai secara nonverbal melalui artifak-artifak/benda-benda yang dimiliki seseorang, setiap benda yang dipakai seseorang menyampaikan makna (mobil, cincin)
2. Kontekstual → Bahasa nonverbal tergantung pada konteks (mendedipkan mata di meja judi dan di mall)
 3. Paket:
 - Paket nonverbal, Semua anggota tubuh bekerjasama untuk membentuk makna tertentu (wajah: rasa jijik, takut, mata: teduh, ceria)
 - Paket verbal & Nonverbal, Pembicaraan didukung ekspresi (Marah didukung wajah memerah, urat leher menegang)
 4. Dapat dipercaya/believable : Perilaku nonverbal lebih cenderung dipercaya walaupun bertentangan dengan bahasa verbal
 Dapat dipercaya dari kebohongan : bahasa verbal dan nonverbal cenderung konsisten. Sehingga dapat terjadi 'pengkhianatan' diantara kedua bahasa tersebut.
 5. Dikendalikan aturan → dapat berupa aturan-aturan implisit patut-tidak patut (kapan harus menyentuh sso, memeluk, menggandeng) → kritik sosial

C. BAHASA TUBUH

GERAKAN TUBUH

- **Emblem / Emblems** → Secara langsung mengganti kata2/ungkapan tertentu, bersifat alamiah & bebas (Ok, ssttt, ingin menumpang)
- **Illustrator** → perilaku nonverbal yang secara harfiah mengilustrasikan perilaku verbal, bersifat alamiah, universal, kurang bebas (ayo bangun, kemari lah, semangat)
- **Regulator** → mengatur, memantau, memelihara/mengendalikan pembicaraan orang lain (mengerutkan dahi saat orang lain bicara → masa sih?)

- **Adaptor**→perilaku untuk memenuhi kebutuhan tertentu, dilakukan hingga selesai; dilakukan ketika seorang diri/di depan umum, tidak terlalu tampak (hmmm..sambil menggaruk2 kepala)

GERAKAN WAJAH

- **Affect display** → gerakan-gerakan wajah mengandung makna emosional(rasa takut, gembira, kesal) membuka rahasia kita.
- **Ketepatan encoding-decoding**→emosi wajah; Tergantung pada kedua belah pihak komunikasi. Ada yang mahir menyampaikan ekspresi wajah tapi ternyata lawan bicara tidak peka.
- **Ekspresi mikromomentari** → pengungkapan emosi tanpa sadar. Apakah seseorang bisa menyimpan ekspresi emosinya dengan rapi atau itu semua akan terungkap/terekspresikan dengan sendirinya (ada yang wajahnya terpancar kesombongan, walaupun orang tersebut selalu mengklaim bahwa dirinya tidak sombong).

GERAKAN MATA

FUNGSI :

- Mencari umpan balik (yak, ada yang bertanya?)
Perempuan lebih sering menggunakan kontak mata saat bicara dibandingkan laki-laki.
- Menginformasikan pihak lain utk berbicara
Menanyakan sesuatu pada orang banyak dan mengarahkan pandangan pada 1 orang
- Mengisyaratkan sifat hubungan
Hubungan yang positif; penuh perhatian. Hubungan yang negatif; menghindari kontak mata.
- Mengkompensasi bertambahnya jarak fisik
Dengan melakukan kontak fisik, seseorang merasa dekat secara psikologis dengan seseorang di kejauhan (Anak yang tenang belajar di TK karena ada ibunya melihat dari kejauhan).

- Fungsi Penghindaran Kontak Mata
 - Dengan menghindari kontak mata, kita dapat membantu orang lain untuk menjaga privasi mereka (pasangan bertengkar/bermesraan).
 - Dapat juga sebagai isyarat kalau kita tidak tertarik dengan pembicaraan seseorang, sehingga kita memalingkan wajah/menutup mata.
- Pembesaran Pupil Mata (pupilometri)
 - Pupil mata yang membesar dianggap lebih menarik; stimulus yang membangkitkan rangsang emosional → pupil mata membesar. (wanita 'biasa' di itali meneteskan sesuatu kedalam matanya agar pupil membesar→kelihatan menarik)

D. KOMUNIKASI RUANG

Jarak yang dijaga masing-masing komunikan terkait dengan posisi mereka dalam 1 ruangan tertentu.

Jarak spasial → Terkait Dengan Jarak Fisik

- **Jarak intim** → sangat dekat sehingga kita dapat merasakan nafas lawan bicara kita
- **Jarak pribadi** → jarak yang kita bangun agar tidak bersentuhan langsung dengan orang lain, untuk menyentuhnya kita harus bersalaman
- **Jarak sosial** → pertemuan saat rapat/pembicaraan bisnis, formasi di kantor
- **Jarak public** → Jarak yang dibangun utk melindungi privasi. Bisa defense saat terancam (di bis, kereta, nonton konser)

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Ruang

- a. **Status**, orang yang stratanya setara akan lebih dekat secara fisik dari pada dengan strata/status yang berbeda. Orang dengan status tinggi akan lebih leluasa untuk mendekati orang dengan status yang lebih rendah.
- b. **Kultur**, ada orang-orang dari budaya tertentu yang bicara sangat dekat atau bahkan menjaga jarak
- c. **Konteks**, semakin luas ruang fisik tempat kita berada dengan orang lain maka akan semakin kecil pula jarak yang tercipta

E. KESIMPULAN

Komunikasi Non Verbal adalah Pesan yang dikomunikasikan oleh gerakan tubuh tertentu, termasuk juga mata, ekspresi wajah, penggunaan jarak, kecepatan-volume suara, keheningan dan bahkan atribut yang dikenakan oleh seseorang. Dalam hal ini fungsi dari komunikasi Non Verbal, yaitu sebagai berfungsi menekankan, berfungsi melengkapi/complement, berfungsi untuk memperkuat sikap umum dalam komunikasi verbal yang sedang berlangsung, berfungsi untuk menunjukkan kontradiksi, berfungsi untuk mengatur, berfungsi untuk mengulangi pembicaraan yang sedang berlangsung, dan berfungsi juga sebagai komunikasi yang menggantikan baik dengan gerakan tubuh ataupun gerakan yang lainnya.

MATERI 5: PENGANTAR KOMUNIKASI DI DEPAN UMUM

A. PENGANTAR

Berbicara Di Depan Umum merupakan salah satu komunikasi

- seorang pembicara menghadapi pendengar dalam jumlah yang relatif besar
- Pembicaraan relatif kontinyu
- Umumnya berupa tatap muka, baik secara langsung maupun tidak langsung

7 Langkah Persiapan Berbicara di Depan Umum :

1. Memilih Topik Dan Tujuan
2. Analisis Pendengar
3. Penelitian Topik
4. Perumusan Dan Identifikasi Ide Pokok,
5. Dukungan Terhadap Ide Pokok
6. Pengorganisasian Pembicaraan
7. Penyusunan Introduksi, Kesimpulan, Dan Transisi

B. MEMILIH TOPIK DAN TUJUAN

- **Topik** – bernilai, menarik, tajam, spesifik, fokus → sempit mendalam lebih baik daripada meluas.
- **Menentukan topik** – refleksi, *brainstorming*, survei, membaca berita, daftar topik
- **Mempertajam topik** – Sempit tapi mendalam → bersifat relatif
- **Tujuan**
 - Informatif – menciptakan pemahaman, berupa penjelasan, mempertegas, mengoreksi, demonstrasi → lengkapi dengan contoh, ilustrasi, definisi, kesaksian, visualisasi
 - Persuasif – mempengaruhi sikap dan perilaku, baik yang sifatnya menguatkan, mengubah, maupun mendorong kemunculan → kelengkapan perlu ditambahkan dalam memperkuat melalui fakta, pendapat, dan himbauan motivasional

C. ANALISIS PENDENGAR

Hal-hal yang perlu diketahui:

a. Sikap, kepercayaan, dan nilai yang dipegang

b. Faktor sosiologis/demografis

- Umur
- Jenis kelamin
- Faktor budaya
- Agama

c. Faktor psikologis

- Kesiediaan pendengar
- Seberapa menyenangkan pendengar – favorable/unfavorable
- Sejauh apa mengenal pendengar

D. PENELITIAN TOPIK

- Baca sumber referensi – ensiklopedia, jurnal penelitian, buletin, majalah, surat kabar
- Wawancara/diskusi

E. PERUMUSAN DAN IDENTIFIKASI IDE POKOK

a. Tujuan informatif – ide pokok harus dapat dipahami khalayak

b. Tujuan persuasif – ide pokok berupa usulan yang dapat diterima khalayak

c. Identifikasi komponen ide pokok:

- Informatif – pertanyaan apa? dan bagaimana?
- Persuasif – pertanyaan mengapa?

F. DUKUNGAN TERHADAP IDE POKOK

a. Informatif – bersifat memperkuat [menguraikan, memberi ilustrasi, mendefinisikan, memberi contoh]

- Penyajian audiovisual – grafik, peta, objek, film, slide, rekaman suara/video

b. Persuasif – memberikan bukti dan penampilah yang memotivasi, serta menarik kepercayaan pada pembicara

- Memberi alasan melalui contoh, menggunakan prinsip-prinsip umum, menggunakan analogi, menunjukkan hubungan S-A
- Menunjukkan reputasi & kredibilitas pribadi – persepsi akan kompetensi, moral yang baik, & karisma

G. PENGORGANISASIAN PEMBICARAAN

a. Temporal – bersifat informatif

- Pembicaraan dibagi ke dalam beberapa bagian berdasarkan urutan waktu/kronologis (dahulu → sekarang atau sebaliknya)
- Topik sejarah, proses, kejadian tertentu

b. Spasial

- Mendeskripsikan suatu objek maupun tempat, *layout*, struktur

c. Topik – pola paling populer

- Pembicaraan terdiri dari beberapa sub-topik yang masing-masing sama pentingnya

d. Pemecahan masalah – persuasif

- Pembicaraan dibagi dalam 3 bagian – permasalahan, penyebab, solusi

e. Sebab – Akibat/ Akibat – Sebab

- Meyakinkan pendengar mengenai hubungan S-A/A-S antara 2 kejadian/elemen
- Bisa dikombinasikan dengan pola pemecahan masalah didasarkan pada penyebab permasalahan yang ada

f. Urutan memotivasi

- Perhatian → kebutuhan → kepuasan → visualisasi → aksi/tindakan

H. PENYUSUNAN INTRODUKSI, KESIMPULAN, DAN TRANSISI

Berbicara di depan umum sebaiknya diawali dengan introduksi/perkenalan, diakhiri dengan kesimpulan, dan dilengkapi dengan transisi

a. Perkenalan

- Menarik perhatian, membuat koneksi dengan pendengar, mengarahkan pendengar akan apa yang akan disampaikan

b. Kesimpulan

- Memberi penekanan pada inti pembicaraan supaya pendengar akan mengingat apa yang kita sampaikan
- Berbentuk ringkasan, memotivasi, menutup
- Beri ringkasan inti pembicaraan dan sampaikan dengan singkat & jelas

c. Transisi

- Memuluskan perpindahan antara introduksi → topik → kesimpulan
- Berbagai jebakan dalam menyusun:

d. Berbagai Jebakan dalam Menyusun

- **Introduksi**
Permintaan maaf/permisi, janji yang tidak dapat dipenuhi, menunjukkan kegugupan, penarik perhatian yang tidak relevan dengan topik yang dibicarakan
- **Kesimpulan**
Memperkenalkan topik/objek baru, melemahkan diri, mengulur waktu
- **Transisi**
Menggunakan terlalu banyak/sedikit transisi dan menggunakan transisi yang tidak relevan dengan perpindahan antar bagian/topik

I. KESIMPULAN

Berbicara Di Depan Umum merupakan salah satu komunikasi, yang dimana akan menjadi seorang pembicara menghadapi pendengar dalam jumlah yang relatif besar. Dalam hal ini biasanya pembicaraan yang diberikan relatif kontinyu, yang pada umumnya berupa tatap muka, baik secara langsung maupun tidak langsung. adapun langkah yang harus dipersiapkan seperti, memilih topik dan tujuan, analisis pendengar, penelitian topik, perumusan dan identifikasi ide pokok, dukungan terhadap ide pokok, pengorganisasian pembicaraan dan melakukan penyusunan introduksi, kesimpulan, dan transisi.

MATERI 6: KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

A. HAKIKAT KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

- a. **Kultur/budaya** – segala hal yang diproduksi dan dikembangkan oleh anggota dan diturunkan dari generasi ke generasi
 - Nilai, kepercayaan, artefak, bahasa
 - Cara berperilaku, cara berpikir
 - Seni, hukum, agama, serta teori, gaya, dan sikap dalam berkomunikasi
- b. **Enkulturas** – proses penularan (baca: pembelajaran) budaya antargenerasi
- c. **Akulturas** – proses pembelajaran budaya selain budaya asli melalui kontak dan paparan langsung
- d. **Komunikasi antarbudaya** – komunikasi antara orang-orang dengan budaya yang berbeda
- e. **Subkultur** – kelompok kecil yang tinggal dan berinteraksi dalam kultur yang lebih besar/dominan

B. BENTUK-BENTUK KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

- a. Antara budaya , misalnya antar orang Cina dan Portugis
- b. Antara ras, misalnya antara orang kulit putih dan hitam
- c. Antara etnis , misalnya antar etnis berbeda yaitu orang Amerika dan orang Amerika keturunan Jerman
- d. Antara kelompok agama, antara orang Islam dan orang Yahudi
- e. Antara bangsa, antara Amerika Serikat dan Meksiko
- f. Antara subkultur, misalnya antara kaum homoseks dan kaum heteroseks.
- g. Antara jenis kelamin, antara pria dan wanita.

C. PENTINGNYA BUDAYA DALAM KOMUNIKASI

- a. **Mobilitas manusia** – perubahan demografis akibat imigrasi, transmigrasi, urbanisasi penduduk
- b. **Sensitivitas budaya**
 - Pandangan asimilasionis → keberagaman budaya

- Kemampuan berinteraksi secara efektif dengan orang dengan budaya lain dianggap memberi keuntungan finansial serta peningkatan pada kesempatan & pengembangan karir
- c. **Saling kebergantungan ekonomi** – kehidupan ekonomi kita bergantung pada kemampuan menjalin komunikasi antarbudaya yang efektif
- d. **Teknologi komunikasi** – pertukaran informasi lebih mudah, praktis, dan tidak terelakkan
- e. **Kompeten dalam berkomunikasi** – contoh : budaya dalam rapat di Amerika vs. Jepang

D. KESULITAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Etnosentrisme

- a. Apa itu etnosentrisme?

Etnosentrisme adalah kecenderungan untuk mengevaluasi nilai, kepercayaan, dan perilaku dalam kultur sendiri sebagai lebih baik, lebih logis, dan lebih wajar daripada dalam kultur lain.

- b. Bagaimana dengan chauvinisme?
- c. Seksisme? Heteroseksisme?

Kesadaran (*mindfulness*) >< Ketidaksadaran (*mindlessness*)

- a. Apa itu *mindlessness*? Apa contohnya?
→ tidak ilmiah, irasional

E. HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Kejutannya budaya (*culture shock*)

- Masa bulan madu
- Masa krisis - Pelanggaran adat-kebiasaan kultural, Menilai perbedaan secara negatif
- Masa pemulihan
- Masa penyesuaian

F. PANDUAN DALAM KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Meningkatkan kemampuan komunikasi antarbudaya:

- Mempersiapkan diri – Pelajari budaya lain

- Menurunkan etnosentrisme – bersifat kontinum
- Hadapi adanya stereotipe – apa itu *stereotipe*?
 - Anda sedang berkendara, tiba-tiba kendaraan lain mendahului dengan kecepatan tinggi dan melanggar marka jalan. Siapa yang Anda bayangkan di balik kemudi kendaraan itu?
- Meningkatkan kesadaran (*mindfulness*)
- Hindari atribusi yang berlebihan
- Mengenali perbedaan
 - Perbedaan individu secara kultural
 - Perbedaan kelompok secara kultural → *stereotyping*
 - Perbedaan makna
- Sesuaikan gaya komunikasi

G. SETUJUKAH ANDA?

- a. Saya tidak tertarik pada ritual yang dijalankan oleh budaya lain
- b. Orang akan merasa lebih bahagia bila menjalani kehidupan seperti dalam budaya saya
- c. Orang dengan budaya yang berbeda dengan saya lebih sulit dipercaya
- d. Saya lebih senang bekerja bersama orang-orang dengan budaya yang sama dengan saya
- e. Budaya lain perlu banyak belajar pada budaya saya
- f. Sebagian besar budaya cenderung tertinggal dibandingkan dengan budaya saya
- g. Orang-orang dari budaya lain tidak tahu apa yang terbaik bagi diri mereka
- h.

H. KESIMPULAN

Pentingnya komunikasi antar budaya dilakukan adalah untuk, Mobilitas manusia (perubahan demografis akibat imigrasi, transmigrasi, urbanisasi penduduk), Sensitivitas budaya (terkait dengan Pandangan asimilasionis dan kemampuan berinteraksi secara efektif dengan orang dengan budaya lain dianggap memberi keuntungan finansial serta peningkatan pada kesempatan & pengembangan karir,

Saling kebergantungan ekonomi (kehidupan ekonomi kita bergantung pada kemampuan menjalin komunikasi antarbudaya yang efektif) Teknologi komunikasi (pertukaran informasi lebih mudah, praktis, dan tidak terelakkan), Kompeten dalam berkomunikasi (contoh : budaya dalam rapat di Amerika vs. Jepang).

MATERI 7: DASAR-DASAR KOMUNIKASI PERSUASI

A. KOMUNIKASI PERSUASI

Persuasi – proses memengaruhi sikap, kepercayaan, nilai, dan/atau perilaku orang lain

Sikap – kecenderungan untuk berperilaku dalam cara tertentu

Kepercayaan – keyakinan akan:

- Keberadaan atau realitas dari sesuatu
- Kebenaran dari suatu pernyataan

Nilai – indikator akan apa yang individu anggap baik/buruk, etis/tidak etis, adil/tidak adil.

Perilaku – tindakan yang nampak dan dapat diamati

Tujuan Utama dari Komunikasi Persuasi :

- **Menguatkan/melemahkan atau mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai**
 - Contoh: pemuka agama, iklan layanan masyarakat, pandangan terhadap kelompok tertentu
- **Memotivasi untuk mengambil tindakan**
 - Contoh: fund raising, koin untuk, menandatangani petisi

B. PRINSIP/PEDOMAN DALAM KOMUNIKASI PERSUASI

a. Mengantisipasi paparan selektif

i. Law of selective exposure

- Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung pendapat, kepercayaan, sikap, nilai, keputusan, dan perilakunya
- Pendengar secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan pendapat, kepercayaan, sikap, nilai, keputusan, dan perilakunya

- ii. Bila kita menyampaikan pendapat yang bertentangan dengan mayoritas pendengar, sampaikan terlebih dahulu bukti dan argumen, baru diikuti dengan pendapat yang ingin disampaikan

b. Ajukan/usulkan tingkat perubahan yang masuk akal

- Umumnya orang melakukan perubahan secara bertahap, sedikit demi sedikit → persuasi akan efektif bila menuntut perubahan yang kecil dan dilakukan dalam jangka waktu tertentu
- 2 strategi:
 1. **Foot-in-the-door** → kecil ke besar (misal: petisi)
 2. **Door-in-the-face** → besar ke moderat/kecil (misal: menawarkan barang)

c. Identifikasi pendengar

Kesamaan atau perbedaan latar belakang budaya, pendidikan, dan sosial.

d. Gunakan daya pikat yang logis

- Hasil persuasi cenderung bertahan lama dan tidak mudah berubah pendapat di masa yad
- 3 tipe pertimbangan yang dapat dilakukan:
 1. Dari kasus tertentu dan generalisasi → apakah penelitian sudah memadai? Apakah ada pengecualian yang sifatnya signifikan?
 2. Dari hubungan S-A → apakah ada faktor lain yang memunculkan akibat yg sama? Apakah hubungan S-A akurat?
 3. Dari tanda/simtom yang muncul bersamaan → apakah ada tanda lain yang mengarah pd kesimpulan yang sama? Apakah ada tanda yang saling bertentangan?
- Kesalahan dalam pengambilan kesimpulan:
Anecdotal evidence, straw man, appeal to tradition, bandwagon, testimonial, transfer, plain folks, card stacking, thin entering wedge, agenda setting

e. Gunakan daya pikat emosional

- Berusaha memikat perasaan, kebutuhan, keinginan sehingga memotivasi orang untuk mengembangkan, mengubah, menguatkan sikap maupun perilaku mereka
- Yang paling berguna – hierarchy of needs dari Maslow (fisiologis, safety, belonging & love, self-esteem, self-actualization)

f. Gunakan daya pikat kredibilitas

- **Kompeten** - penguasaan materi
- **Karakter** - Kejujuran, kehangatan, keramahan, netralitas, peduli
- **Karisma** - banyak bicara, mantap, tegas, meyakinkan

g. Beri motivasi pada pendengar

Tahapan:

- i. Peroleh perhatian pendengar
- ii. Tunjukkan adanya kebutuhan
- iii. Tunjukkan bagaimana kebutuhan terpenuhi dengan mengikuti pendapat kita
- iv. Tunjukkan bagaimana kondisi saat kebutuhan terpenuhi
- v. Dorong pendengar untuk mengambil tindakan dalam rangka menyelesaikan masalah

C. ETIKA KOMUNIKASI PESUASI

Seperangkat aturan-aturan dalam mempraktekkan komunikasi persuasif agar tidak menjadi propaganda, tidak diperkenankan untuk:

- Tidak diperkenankan untuk mengajukan hal-hal yang tidak berkaitan untuk mengalihkan perhatian dari isu yang sedang menjadi perhatian.
- Tidak diperkenankan menggunakan posisi pribadi saat memberikan pandangan ttu.
- Tidak diperkenankan untuk mengakui sebuah kepastian sudah dibuat padahal situasinya masih sementara, padahal kemungkinan situasi masih dapat berubah sebenarnya lebih akurat.
- Tidak diperkenankan menganjurkan sesuatu yang kita secara pribadi sebenarnya juga tidak percaya

D. KESIMPULAN

Komunikasi Persuasi adalah proses untuk memengaruhi sikap (kecenderungan untuk berperilaku dala cara tertentu), kepercayaan (terkait degan keyakikan akan Keberadaanatau realitas dari sesuatu dan Kebenaran dari suatu pernyataan), nilai (indikator akan apa yang individu anggap baik/buruk) dan/atau perilaku orang lain (tindakan yang nampak dan dapat diamati). Komunikasi Persuasi bertujuan untuk menguatkan/melemahkan atau mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai, serta memotivasi untuk mengambil tindakan.

MATERI 8: SISTEM KOMUNIKASI KELOMPOK

A. PENGERTIAN

Interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki. Seperti berbagi informasi, atau pemecahan masalah, sehingga menumbuhkan karakteristik pribadi dari masing-masing anggotanya.

B. PRINSIP KOMUNIKASI KELOMPOK

1. Tatap muka

Mengandung makna bahwa dalam komunikasi kelompok setiap anggotanya harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya.

2. Jumlah

Partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar tiga orang atau lebih, yang idealnya tidak lebih dari 12 orang.

3. Maksud dan tujuan

Komunikasi yang dilakukan harus memiliki maksud dan tujuan tertentu. Jika tujuannya adalah berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan harus menanamkan pengetahuan.

4. Menumbuhkan karakteristik personal anggota

Secara tidak langsung masing-masing anggota berhubungan tidak saja dalam konteks kelompok, tetapi juga melibatkan karakter antar pribadi (belajar mendengarkan, menghargai pendapat orang lain, menahan diri menunggu giliran bicara, menjadi pemimpin).

C. JENIS KOMUNIKASI DIDALAM KELOMPOK

1. Kelompok Kecil:

Sekumpulan orang, jumlahnya relatif kecil sehingga semua anggotanya bisa berkomunikasi dengan mudah sebagai pengirim maupun penerima pesan.

Bentuk-bentuk kelompok kecil:

a. Kelompok Pemecah Masalah

FOCUSED GROUP DISCUSSION (FGD)

- ❖ Sekumpulan individu yang bertemu untuk **memecahkan masalah** tertentu atau untuk **mencapai suatu keputusan** mengenai beberapa hal tertentu.
- ❖ Dalam komunikasi ini, diperlukan seorang **moderator/fasilitator** yang bertugas untuk memandu jalannya diskusi (dapat dipilih atas kesepakatan bersama, giliran, atau mengajukan diri).
- ❖ Fasilitator tersebut **bukan** berfungsi sebagai ketua atau pengambil keputusan.

FUNGSI FASILITATOR DIDALAM KOMUNIKASI KELOMPOK

1. Menyiapkan anggota berdiskusi
2. Membuka sesi diskusi dengan menyampaikan inti yang akan didiskusikan saat itu
3. Mengaktifkan Interaksi kelompok
4. Memastikan kepuasan anggota
5. Menjaga agar tetap fokus
6. Mempertahankan Interaksi
7. Menyimpulkan dan menutup

PEMBAUT KEPUTUSAN PADA DISKUSI KELOMPOK TERFOKUS

1. Para anggota memberi suara/pendapat, lalu fasilitator akan merangkumnya dan membuat keputusan akhir.
2. Biasanya, Keputusan berdasarkan kesepakatan bersama atau suara terbanyak
3. Tapi ada juga diskusi kelompok yang hanya akan sampai pada suatu keputusan tertentu jika semua anggota sepakat

PERMASALAHAN YANG MUNCUL PADA DISKUSI KELOMPOK TERFOKUS

Jika moderator/Fasilitator tidak menjalankan perannya dengan baik, maka komunikasi kelompok tidak berjalan efektif, dapat dikarenakan:

1. Ada anggota yg mengabaikan, karena merasa tidak dilibatkan didalam diskusi (diam, ngobrol, main HP)
2. Ada peserta yang menjadi sangat dominan→debat
3. Moderator tidak mampu memberikan umpan balik terhadap gagasan yang diberikan anggota.

b. Kelompok Pengembangan Ide

Kelompok yang dimana para anggotanya diminta untuk memberikan ide/gagasan sebanyak mungkin tentang suatu hal.

Aturan yang Berlaku:

1. Kritik negatif tidak diperbolehkan

→ Semua gagasan dicatat, tdk dilakukan evaluasi.

2. Kuantitas lebih penting

→ Semakin banyak gagasan semakin baik, diambil 2 terbaik dari sekian banyak ide-ide yang dihasilkan.

3. Kombinasi dan penambahan diperkenankan

→ Mengembangkan ide dengan cara-cara tertentu

4. Kebebasan diperkenankan

→ Bahkan ide gila-ekstrem diperkenankan disini.

c. Kelompok Pengembangan Kepribadian

Sebuah bentuk pengembangan kepribadian, sehingga anggotanya dapat lebih mengenali potensi dirinya sendiri dan dapat mengurangi hambatannya dalam berinteraksi dengan orang lain.

Membantu para anggotanya menyelesaikan masalah tertentu. Contoh: kecanduan alkohol, obat2an tertentu, anak yang aktif berlebihan, sulit mengontrol emosi → anger management : *As good as it get*.

Beberapa contoh kelompok pengembangan pribadi yang populer: Kelompok pelatihan asertif, kelompok peningkatan kesadaran, kelompok peningkatan rasa percaya diri, kelompok dukungan sosial/group support.

2. KOMUNIKASI ORGANISASI

Proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun non formal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi. Dilakukan dalam situasi yang formal walaupun bisa di setting yang tidak formal

Contoh: Meeting di Bedugul

□ **Downward Communication**

Pesan yang disampaikan dari hirarki yg rendah → tinggi. Permasalahannya, seringkali enggan menyampaikan karena takut dianggap sebagai biang keladi.

□ **Upward Communication**

Pesan yang disampaikan dari hirarki yg tinggi → rendah. Permasalahannya adalah terkait dengan Bahasa yang terlalu tinggi karena perbedaan tingkat pendidikan, sehingga sulit ditangkap oleh para bawahan.

□ **Horizontal Communication**

Pesan yang setara: Manajer-manajer, karyawan-karyawan. Permasalahannya adalah Bahasa masing-masing divisi atau departement berbeda.

PENDEKATAN DALAM MEMAHAMI ORGANISASI

Pendekatan Ilmiah

Organisasi harus menggunakan metode-metode ilmiah untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas komunikasinya

Pendekatan hubungan antar manusia

Karyawan akan produktif jika dalam kondisi puas/bahagia, shga organisasi hrs memperhatikan kepuasan karyawannya.

Pendekatan Sistem

Memandang organisasi sbg sebuah sistem dimana setiap bagian akan saling berinteraksi-berpengaruh.

Pendekatan Kultural

Perusahaan harus dipandang sebagai satuan dari sosio dan kultur shga dpt memahami beragam karakter individu2 didalamnya

D. STRUKTUR JARINGAN KOMUNIKASI

a. Struktur Lingkaran

Tidak memiliki pemimpin, semua punya hak dan pengaruh yang sama kuat

b. Struktur Roda

Memiliki pemimpin yang terpusat ditengah (satu2nya org yg punya hak utk mengirim dan menerima pesan)

c. Struktur Y

Kurang terpusat jika dibandingkan roda, tp cukup terpusat dibandingkan yg lainnya.

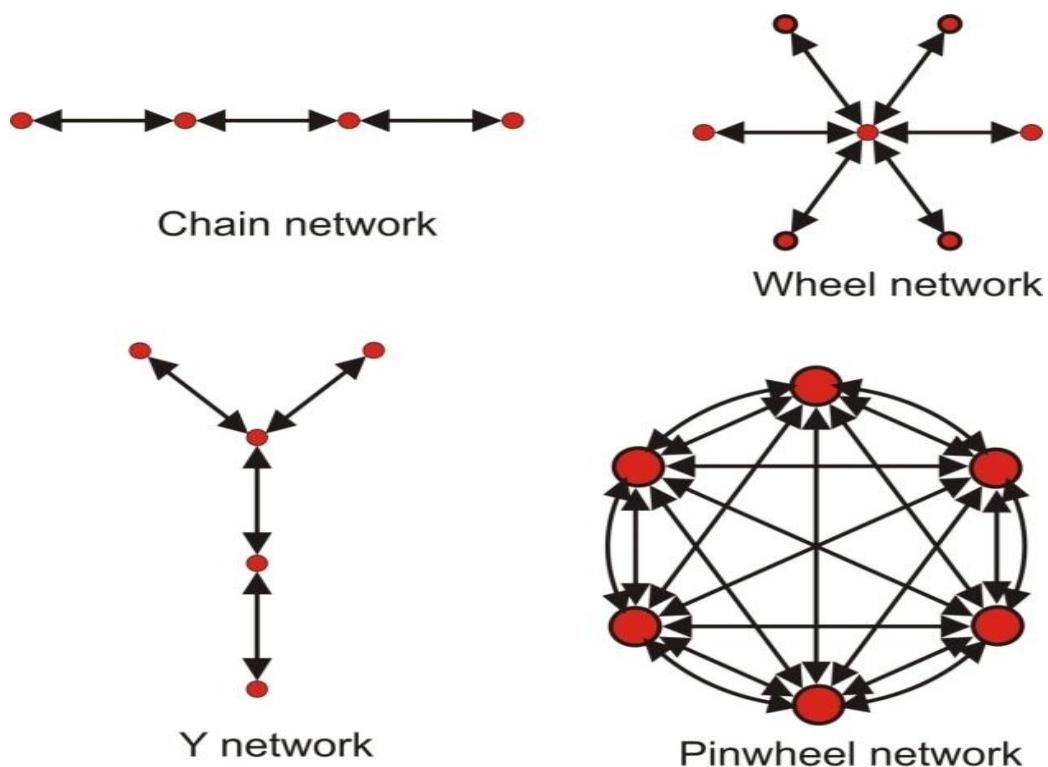
Memiliki 2 ketua

d. Struktur Rantai

Yg diujung cm bs berinteraksi dg 1 org saja

e. Struktur Bintang

Sama spti lingkaran, tp bs kmnkasi kesemua arah



COMMUNICATION NETWORK

E. KESIMPULAN

Komunikasi antar kelompok adalah Interaksi tatap muka yang dilakukan dari tiga atau lebih untuk memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki. Seperti berbagi informasi, atau pemecahan masalah, sehingga menumbuhkan karakteristik pribadi dari masing-masing anggotanya. Jenis komunikasi didalam kelompok yaitu Kelompok kecil, yang artinya sekumpulan orang, jumlahnya relatif kecil sehingga semua anggotanya bisa berkomunikasi dengan mudah sebagai pengirim maupun penerima pesan dan kelompok dalam bentuk organisasi, yang atinya Proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun non formal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi.

MATERI 9: SISTEM KOMUNIKASI MASSA

A. DEFINISI

Sumber

- a. Komunikator massa – organisasi kompleks yang mengeluarkan biaya guna menyusun & mengirimkan pesan
- b. Biaya ditanggung oleh pengirim maupun penerima pesa

Khalayak (audience)

- c. Ditujukan pada sejumlah besar khalayak
- d. Demasifikasi adalah proses segmentasi/pembagian khalayak dalam kelompok kecil yang bertujuan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan

Pesan

- e. Dapat diterima (dilihat/didengar) oleh semua orang
- f. Proses penyampaian berjalan cepat, yang biasanya didukung oleh teknologi yang terus berkembang

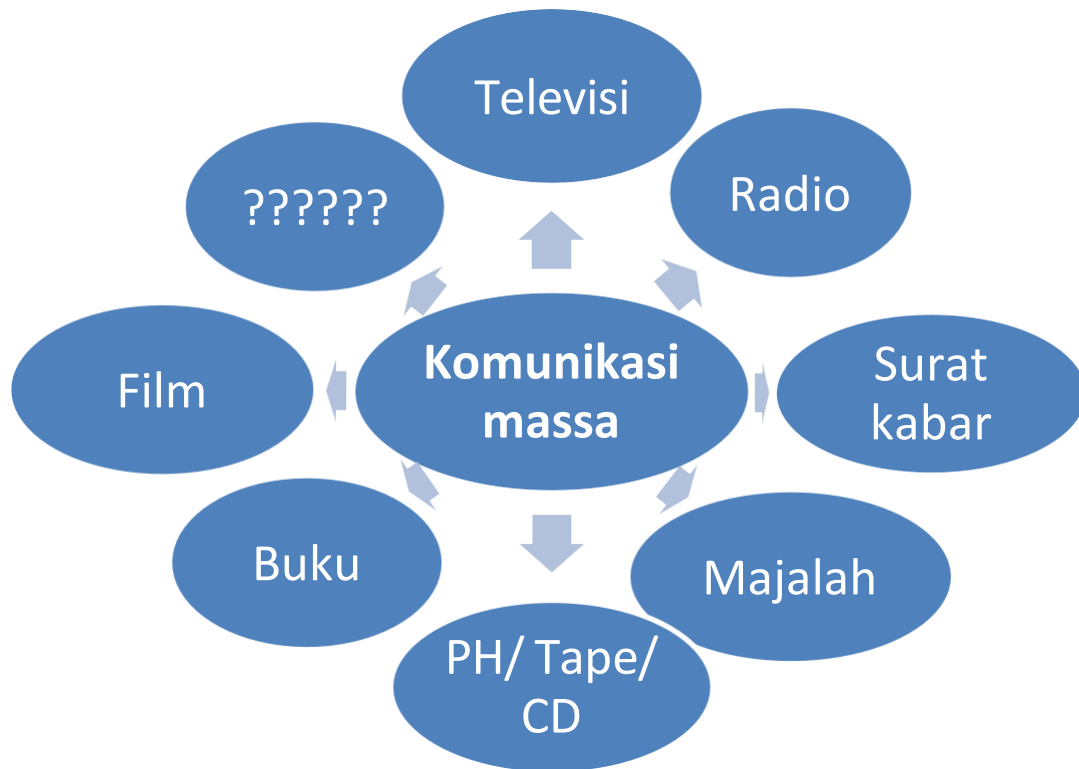
Proses

- g. Proses mengalirnya pesan, hal ini pada dasarnya bersifat satu arah dari sumber ke penerima
- h. Proses seleksi, bersifat dua arah (sumber menyeleksi target/sasaran, penerima menyeleksi pesan yang akan diterima dan diikuti)

Konteks

- i. Proses komunikasi berlangsung dalam konteks sosial, ekonomi, politik → saling memengaruhi & transaksional

B. BENTUK KOMUNIKASI MASSA



C. FUNGSI KOMUNIKASI MASSA

a. Menghibur

b. Meyakinkan → persuasif

- Mengukuhkan atau memperkuat
- Mengubah
- Menggerakakkan atau mengambil tindakan

c. Menginformasikan

- Memperkenalkan
- Mendemonstrasikan
- Mengklarifikasi

d. Menganugerahkan status → *Public figure*

e. Membius (*narcotizing*) → Membuat masyarakat merasa atau percaya telah mengambil tindakan tertentu.

f. Menciptakan rasa kebersatuan → Membuat individu merasa telah menjadi satu kelompok besar sebagai khalayak penerima pesan yang sama.

- Privatisasi – berlimpahnya informasi yang dijejalkan mendorong individu menarik diri dan lebih fokus pada hal-hal yang sepele
- Hubungan parasosial (*parasocial interaction/relation*) → khalayak mengembangkan kedekatan dengan tokoh yang tampil di media dalam komunikasi massa

D. TEORI KOMUNIKASI MASSA

1. Teori Langkah

Teori Satu Langkah

- Pengaruh media terhadap khalayak bersifat langsung dan segera
- Silver bullet theory – media menghasilkan efek yang diinginkan bila dibidikkan secara tepat & khalayak bersifat pasif, tidak menolak



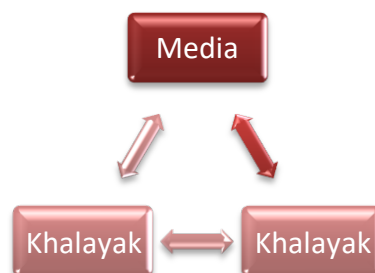
Teori Dua Langkah

- Modifikasi dari teori satu langkah → khalayak lebih dipengaruhi oleh *opinion leader* yang tampil di media
- Sangat dipengaruhi daya pikat dari *opinion leader*



Teori Multistep

- Pengaruh media terhadap khalayak bersifat timbal balik atau *multi-directional*



2. Teori Difusi Inovasi

- Fokus pada cara komunikasi memengaruhi khalayak untuk mengadopsi pesan yang disampaikan
- Difusi = penyebaran suatu inovasi pada masyarakat
- Inovasi dapat berupa produk, cara, maupun proses yang baru
- Adopsi mengacu pada pembentukan reaksi positif khalayak terhadap inovasi & pemanfaatannya
- 3 tahap → akuisisi informasi, evaluasi informasi, dan adopsi/penolakan

3. Teori Kultivasi

- Media komunikasi massa merupakan sarana utama pembelajaran khalayak tentang masyarakat & budayanya
- Pandangan khalayak sangat dipengaruhi intensitas paparan

4. Teori Pemanfaatan dan Gratifikasi

- Khalayak dipandang sebagai individu yang aktif, selektif, dan memiliki tujuan tertentu terkait dengan paparan media

E. KESIMPULAN

Komunikasi mssa dapat didefinisikan dengan memusatkan perhatian pada lima variabel yang terkandung dalam setiap tindak komunikasi dan memperlihatkan bagaimana variabel-variabel ini bekerja pada media massa, seperti sumber, khalayak, pesan, proses dan konteks. Bentuk-bentuk komunikasi massa yang paling banyak digunakan yaitu, seperti televise, radio, surat kabar, majalah, buku, film, rekaman dalam bentuk CD, dll.

F. TUGAS

Review jurnal tentang penelitian yang membahas jenis media yang efektif/tidak efektif dalam melakukan komunikasi massa. Subjek Email (Komunikasi_Komunikasi Massa_NIM)

MATERI 10: INFORMATIVE SPEECH

A. TUJUAN

Informative Speech adalah kegiatan berbicara di depan umum dimana pembicara menyampaikan hal-hal yang belum diketahui oleh pendengar atau hadirin.

- a. **Introduce** – menyampaikan hal yang benar-benar baru bagi hadirin
- b. **Clarify** – menyampaikan penjelasan tentang hal yang belum sepenuhnya diketahui/dipahami hadirin dan ada kemungkinan mispersepsi karena kekurangtahuan tersebut
- c. **Demonstrate** – menyampaikan informasi melalui praktek/contoh (how-to)
- d. **Communicate information** – menyampaikan hal yang belum sepenuhnya diketahui hadirin dan pembicara bertujuan menambah pengetahuan hadirin terkait hal tersebut

B. PRINCIPLES INFOMATIVE SPEECH

- a. **Batasi jumlah informasi yang diberikan**
 - informasi mendalam, tidak terlalu luas
 - Memungkinkan penjelasan lebih baik dengan contoh-contoh yang membantu
- b. **Sesuaikan tingkat kompleksitas informasi**
 - Pertimbangkan: tingkat pengetahuan, waktu, tujuan yang ingin dicapai, topik yang dibicarakan, dll
 - Penggunaan istilah-istilah khusus, luangkan waktu untuk menjelaskan dan mendefinisikan istilah tersebut
- c. **Tekankan relevansi dan kegunaan informasi tersebut**
 - Hadirin akan mengingat informasi yang diberikan bila menyadari kegunaan dan relevansi informasi terhadap kehidupannya
 - Hubungkan informasi dengan kebutuhan, keinginan, dan tujuan hadirin

d. Kaitkan informasi yang baru dengan yang lama

- Hadirin akan mengingat informasi yang baru diterima bila dikaitkan dengan informasi yang telah mereka ketahui sebelumnya (unfamiliar-familiar, unseen-seen, untasted-tasted)

e. Variasikan tingkat/level abstraksi

- Tingkat abstraksi tinggi → penjelasan bersifat abstrak, umum
- Tingkat abstraksi rendah → penjelasan bersifat konkrit, nyata, spesifik

C. SPEECHES OF DESCRIPTION

Menjelaskan objek, tokoh, kejadian, atau proses tertentu

- **Thesis** – konsep utama dari pidato
 - Menyatakan apa yang ingin dideskripsikan dalam pidato
- **Main points** – bagian-bagian utama dari topik yang dibicarakan
 - Ditarik dengan mengajukan pertanyaan strategis terkait topik
- **Support**
 - Bertujuan menyempurnakan dan membuat topik yang disampaikan berkesan, menarik, dan jelas
 - Melalui contoh, ilustrasi, testimoni, data statistik, diagram, flowchart
- **Organization**
 - Objek/tokoh → spacial or topical pattern
 - kejadian/proses → temporal pattern, 5W (who, what, when, where, why)

D. SPEECHES OF DEFINITION

Pernyataan yang menjelaskan pengertian atau pentingnya konsep atau istilah tertentu

- Mendefinisikan istilah, sistem atau teori, menunjukkan perbedaan atau persamaan antar istilah atau sistem.
- **Thesis**
 - Pidato bertujuan mengidentifikasi suatu istilah atau sistem dan maksud pembicara untuk mendefinisikan hal tsb atau untuk membandingkannya dengan konsep lain.

- **Main points**
 - Mengajukan pertanyaan terhadap topik utama yang menggambarkan isi pidato
- **Support**
 - Melalui contoh, testimoni
 - Beberapa tipe definisi → etimologis, otoritas, negasi, simbolisasi langsung
- **Organization**
 - Gunakan topical pattern, bisa juga dibuat alur familiar → unfamiliar
- Menunjukkan **bagaimana**
 - Melakukan suatu kegiatan
 - Pengoperasian suatu alat
 - Suatu sistem berjalan atau beroperasi
- **Thesis**
 - Apa yang ingin ditunjukkan pada hadirin
- **Main points**
 - Mengajukan pertanyaan “How” dan “What” terhadap topik utama
- **Support**
 - Melalui diagram, gambar, tanda atau rambu
 - Hati-hati dalam mengombinasikan informasi verbal & grafis
- **Organization**
 - Menggunakan temporal pattern
 - Tantangan: backtracking → jangan melewati tahapan yang perlu dilakukan, hubungkan antarlangkah dengan transisi yang memadai, dapat pula diberikan gambaran umum langkah-langkahnya kemudian jelaskan masing-masing secara mendalam dan berurutan

D. PREPARING INFORMATIVE SPEECH

- a. Select a topic
- b. Formulate a thesis & a specific purpose
- c. Analyze the audience
 - i. identifikasi cara-cara yang dapat digunakan untuk menghubungkan topik dengan ketertarikan atau kebutuhan mereka

- d. Generate at least 2 main points of your thesis
- e. Support the main points
- f. Construct a conclusion
 - i. Ringkas kembali ide utama sebagai penutup
- g. Construct an introduction

E. KLASIFIKASI INFORMATIVE SPEECH

a. Stephen Lucas (2007)

- i. Pidato tentang objek, tokoh, tempat
- ii. Pidato tentang proses atau serangkaian tindakan
- iii. Pidato tentang kejadian/peristiwa
- iv. Pidato tentang konsep, kepercayaan, atau ide

b. Rudolph & Kathleen Verderber (2006)

- i. Pidato tentang deskripsi
- ii. Pidato tentang definisi
- iii. Pidato tentang perbandingan dan perbedaan
- iv. Pidato tentang narasi
- v. Pidato tentang demonstrasi

c. Grice & Skinner (2007)

- i. Pidato tentang tokoh
- ii. Pidato tentang objek
- iii. Pidato tentang tempat
- iv. Pidato tentang kejadian/peristiwa
- v. Pidato tentang proses
- vi. Pidato tentang konsep
- vii. Pidato tentang kondisi
- viii. Pidato tentang isu

F. KESIMPULAN

Informative Speech adalah kegiatan berbicara di depan umum dimana pembicara menyampaikan hal-hal yang belum diketahui oleh pendengar. Informative Speech

bertujuan untuk menyampaikan hal yang benar-benar baru (*introduce*), menyampaikan penjelasan tentang hal yang sepenuhnya belum diketahui/dipahami hadirin dan memungkinkan mispersepsi karena kekurangtahuan tersebut (*clarify*), menyampaikan informasi melalui praktek/contoh (how-to) (*Demonstrate*), dan menyampaikan hal yang belum sepenuhnya diketahui hadirin dan pembicara bertujuan menambah pengetahuan hadirin terkait hal tersebut (*Communicate information*).

G. LATIHAN SOAL MANDIRI (QUIZ)

MATERI 11: PENGELOLAAN KONFLIK DALAM KOMUNIKASI

INTERPERSONAL

A. INTERPERSONAL & SMALL GROUP CONFLICT

a. Permasalahan yang dihadapi:

- Tujuan yang ingin dicapai
- Alokasi sumber daya
- Keputusan yang ingin diambil
- Penilaian yang bertentangan terkait suatu perilaku

b. ISGC dapat terjadi bila pihak yang terlibat:

- Saling tergantung
- Mempersepsi bahwa tujuan yang ingin dicapai tidak kompatibel
- Melihat pihak lain akan mengganggu tercapainya tujuan

B. MYTHOS ABOUT CONFLICT

Mitos atau fakta?

- Konflik sebaiknya dihindari
- Bila dua orang dalam suatu hubungan berkonflik, artinya mereka memiliki hubungan yang tidak baik
- Konflik akan merusak hubungan interpersonal maupun hubungan dalam kelompok kecil
- Konflik adalah hal yang buruk, karena konflik akan mengungkap sisi negatif diri kita

Mitos atau fakta? → simple answers are usually wrong

- Konflik merupakan bagian tak terelakkan dalam setiap hubungan interpersonal
- Apakah konflik itu berdampak buruk?
 - Bergantung pada pendekatan yang dipakai, bagaimana kita menghadapi konflik yang ada

- Ada pendekatan yang dapat digunakan untuk mengatasi konflik dengan baik dan bahkan meningkatkan kualitas hubungan yang ada
 - Di sisi lain, ada pendekatan yang dapat melukai hubungan & pihak yang terlibat, menghancurkan self-esteem, menciptakan kegetiran, mendorong munculnya kecurigaan
- ➔ Tugas Anda bukan membangun hubungan yang bebas dari konflik, tapi mempelajari cara-cara/ pendekatan yang tepat dan produktif untuk mengelola konflik

C. CONTEXT OF CONFLICT

a. Konteks fisik

- private/public, alone/in front of others
- Mempengaruhi bagaimana konflik berjalan dan juga efeknya

b. Konteks sosiopsikologis

- Atmosfir ketidaksetaraan
- Friendly/hostile context

c. Konteks temporal

- Ada/tidaknya serangkaian konflik yang telah mendahului

d. Konteks budaya

- Isu yang memicu konflik
- Apa yang dipandang tepat atau tidak tepat dalam menghadapi konflik
- Tipe konflik yang muncul
- Tujuan dari konflik ➔ kompromi vs. Menang-kalah
- Pandangan tentang strategi pengelolaan konflik ➔ frontal vs. Submissive
- Metode mengelola konflik ➔ budaya sub-kultur
- Norma budaya dalam organisasi ➔ toleransi pada konflik
- Bagaimana konflik “diselesaikan”

D. DUA SISI KONFLIK

1. Sisi Negatif

- Pandangan negatif & turunnya rasa hormat pada lawan
- Metode “bertarung” yang bertujuan melukai lawan
- Konflik mengarahkan para pihak saling menjauh → mencegah komunikasi
- Peningkatan biaya dan penurunan ganjaran

2. Sisi Positif

- Memaksa untuk mendalami masalah & berusaha mencari solusi efektif
- Mendorong penerapan strategi konflik yang produktif → hubungan yang lebih kuat, sehat, & memuaskan
- Memungkinkan pihak terlibat untuk mengungkapkan apa yang diinginkan & mendapatkannya (bila konflik teratasi dgn baik)
- Mencegah merebaknya kekerasan & kebencian → kompromi
- Mengindikasikan perhatian, komitmen, dan keinginan untuk meningkatkan hubungan/keompok

E. TYPE OF CONFLICT

a. Content

- Berpusat pada objek, kejadian, dan orang yang umumnya di luar dari para pihak yang terlibat
- Manifest → observable, indentifiable

b. Relationship

- Berpusat pada hubungan antar individu
- Latent → hidden, difficult to identify

c. Online

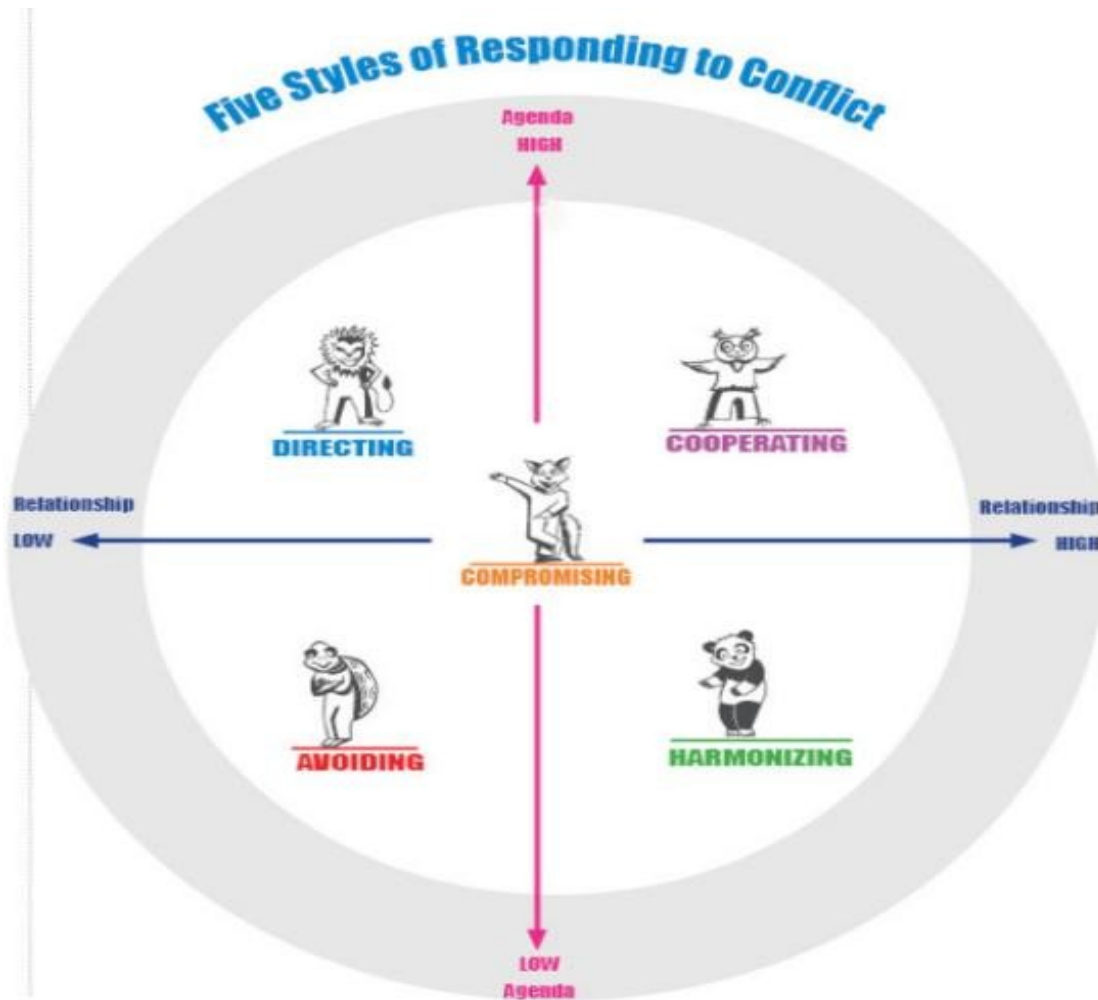
- Spamming
- Flaming
- Trend saat ini?

d. Workplace/formal group

- Umumnya lebih mudah dipecahkan → PIC & aturan jelas

- Procedural conflict
- People conflict

F. CONFLICT STYLES



G. CONFLICT MANAGEMENT STRATEGIES

a. Before the conflict

- Usahakan berkonflik dalam lingkungan yang privat
- Pastikan semua pihak relatif bebas dari permasalahan lain & siap untuk menghadapi konflik yang ada
- Ketahui dengan pasti apa yang akan diperdebatkan
- Perdebatkan permasalahan yang dapat dipecahkan
- Pertimbangkan & terbuka pada kemungkinan mengubah nilai atau kepercayaan yang selama ini dipegang

b. After the conflict

- Konflik sering kali muncul susul-menyusul
- Belajar dari proses manajemen konflik yang telah dijalani & evaluasi setiap langkah yang diambil
- Adanya perasaan negatif yang muncul sebagai residu dari konflik terdahulu akibat strategi yang tidak tepat
- Tekankan rasa saling menghargai dan menyayangi untuk tunjukkan perasaan positif yang menandakan konflik telah berakhir

c. Influences on choosing conflict strategies

- Tujuan yang ingin dicapai
- Situasi/kondisi emosional
- Penilaian kognitif atas situasi
- Kepribadian
- Kompetensi dalam berkomunikasi
- Sejarah keluarga

b. Win-Lose vs. Win-win Strategies

d. Avoidance (Nonnegotiation) vs. Active Fighting

e. Force vs. Talk

f. Blame vs. Empathy

g. Gunnysacking vs. Present Focus

h. Manipulation vs. Spontaneity

i. Personal Rejection vs. Acceptance

j. Fighting Below vs. Above the Belt

k. Face-detracting vs. Face-enhancing

l. Nonassertive vs. Assertive

m. Aggressiveness vs. Argumentativeness

DAFTAR PUSTAKA

- C. Orford, J. (1992). *Community psychology: Theory and practice*. NY: John Wiley & Sons Ltd.
- D. Duffy, K.G. and Wong, F.Y. (2003). *Community psychology*. Third edition. Boston: Allyn and Bacon.

