

KOMUNIKASI EFEKTIF

PENDEKATAN TEORI DAN PRAKTIS



Tri Wahyuti, S.Sos., M.Si



KOMUNIKASI EFEKTIF

PENDEKATAN TEORI DAN PRAKTIS

Sanksi Pelanggaran Hak Cipta
**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA**

Ketentuan Pidana
Pasal 113

- 1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- 2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- 3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- 4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



KOMUNIKASI EFEKTIF

PENDEKATAN TEORI DAN PRAKTIS

Tri Wahyuti, S.Sos., M.Si

Diterbitkan oleh
PT. Nas Media Indonesia
Tahun 2025

KOMUNIKASI EFEKTIF: PENDEKATAN TEORI DAN PRAKTIS

Tri Wahyuti, S.Sos., M.Si

*Copyright © T. Wahyuti 2025
All rights reserved*

Layout : Risma Amanda Putri
Desain Cover : Ryu A.
Image Cover : Freepik.com

Terbitan E-book, Juni 2025
x + 115 hlm; 18 x 26 cm

E-ISBN 978-634-205-411-6 (PDF)

Diterbitkan oleh Penerbit Nasmedia

PT. Nas Media Indonesia

Anggota IKAPI

No. 018/SSL/2018

Sidorejo, Prambanan, Klaten 55584

Jl. Batua Raya No. 3, Makassar 90233

Telp. 0811 42 2017

0811 49 2022

0813 4111 6363

redaksi@nasmedia.id

www.nasmedia.id

Instagram: @nasmedia.id

Fanspage: nasmedia.id

Youtube: nasmedia entertainment



KATA PENGANTAR

Kemampuan berkomunikasi menjadi keahlian fundamental yang harus dimiliki setiap orang di era modern ini. Hampir di segala profesi dan aspek kehidupan, keterampilan komunikasi yang efektif menjadi penentu keberhasilan. Sebut saja profesi dokter, meskipun wilayah pekerjaannya banyak terlibat dalam membantu orang sakit, namun dokter juga dituntut untuk dapat menyampaikan diagnosis penyakit pasiennya dengan cara yang mudah dipahami keluarga pasien. Melalui kemampuan komunikasinya, dokter diharapkan mampu menyederhanakan terminologi medis yang kompleks kepada masyarakat awam agar mudah dicerna dan dipahami, sekaligus memberikan dukungan psikologis yang diperlukan. Di dunia bisnis modern, seorang entrepreneur harus mampu mempresentasikan ide bisnis kepada investor dengan meyakinkan, berkomunikasi efektif dengan tim multikultural, dan membangun personal branding melalui komunikasi digital. Begitu pula dengan profesi lainnya - dari guru yang harus mengadaptasi gaya komunikasi untuk beragam siswa, hingga pemimpin organisasi yang perlu memfasilitasi komunikasi lintas departemen dalam lingkungan kerja yang semakin kompleks.

Komunikasi dalam konteks masa kini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka atau komunikasi lisan dan tulisan konvensional. Era digital telah mentransformasi lanskap komunikasi secara fundamental, membawa tantangan sekaligus peluang baru. Komunikasi kini melibatkan platform digital, media sosial, pertemuan virtual, dan interaksi lintas budaya yang semakin intens dalam dunia yang terglobalisasi. Fenomena seperti remote working, tim virtual, dan kolaborasi internasional telah menjadi norma baru yang menuntut adaptasi dalam cara berkomunikasi. Ditambah lagi dengan tantangan misinformasi dan disinformasi di era digital, kemampuan komunikasi yang efektif menjadi semakin krusial tidak hanya untuk menyampaikan pesan dengan jelas, tetapi juga untuk memverifikasi, menginterpretasi, dan merespons informasi dengan bijak.

Komunikasi yang efektif bukan sekedar tentang kemampuan berbicara dengan lancar atau menulis dengan baik. Komunikasi melibatkan kemampuan mendengarkan secara aktif, memahami komunikasi nonverbal, beradaptasi dengan konteks budaya yang berbeda, mengelola komunikasi dalam tim kerja, dan membangun hubungan interpersonal yang bermakna. Pesan dikatakan efektif jika informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain dapat dipahami dengan baik sesuai harapan penyampai pesan, dengan mempertimbangkan konteks situasi, latar belakang budaya, dan medium komunikasi yang digunakan. Kesamaan

makna antara penyampai pesan dan penerima pesan menjadi hal penting yang harus terjadi saat proses pengiriman pesan, namun dalam realitas modern, pencapaian kesamaan makna ini menjadi semakin kompleks karena melibatkan beragam faktor seperti perbedaan generasi, teknologi komunikasi yang beragam, dan ekspektasi komunikasi yang terus berkembang.

Efektivitas komunikasi menjadi kunci keberhasilan tidak hanya dalam proses penyampaian informasi, tetapi juga dalam membangun influence, menciptakan perubahan positif, dan mengembangkan diri secara berkelanjutan. Dalam buku berjudul "Komunikasi Efektif: Pendekatan Teori dan Praktis", penulis akan memaparkan ruang lingkup komprehensif tentang seni dan teknik berkomunikasi efektif yang relevan dengan tantangan dan peluang masa kini. Buku ini tidak hanya membahas teori komunikasi fundamental, tetapi juga mengintegrasikan pembahasan tentang komunikasi di era digital, strategi mengatasi misinformasi, komunikasi dalam tim multikultural, presentasi bisnis yang efektif, hingga pengembangan personal branding melalui komunikasi digital.

Pembahasan dalam buku ini dirancang secara progresif, dimulai dari pemahaman dasar tentang prinsip komunikasi efektif, dilanjutkan dengan pengembangan keterampilan mendengarkan aktif, komunikasi verbal dan nonverbal, hingga aplikasi dalam konteks yang lebih kompleks seperti komunikasi profesional, lintas budaya, dan pengembangan diri. Setiap bab dilengkapi dengan contoh-contoh praktis, studi kasus, dan strategi implementasi yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan melalui buku ini, pembaca tidak hanya mampu memahami komunikasi yang efektif dalam berbagai konteks, tetapi juga dapat mengimplementasikannya untuk meningkatkan kualitas hubungan personal, mencapai kesuksesan profesional, dan berkontribusi positif dalam masyarakat yang semakin terhubung namun kompleks ini.

Jakarta, 15 Juli 2025

Penulis

(Tri Wahyuti, S.Sos, M.Si)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1	
PENGERTIAN KOMUNIKASI EFEKTIF	1
A. Definisi Komunikasi dan Pentingnya Komunikasi Efektif.....	1
B. Prinsip-prinsip Komunikasi	3
C. Proses dan Hambatan Komunikasi	6
D. Ragam Bentuk Komunikasi Efektif (Verbal dan Nonverbal)	8
BAB 2	
MENDENGARKAN SECARA EFEKTIF	11
A. Pentingnya Mendengarkan secara Aktif dalam Komunikasi Efektif.....	11
B. Proses Mendengarkan	12
C. Hambatan dalam Proses Mendengarkan.....	15
D. Meningkatkan Keterampilan Mendengarkan.....	16
E. Manfaat Mendengarkan secara Efektif.....	17
BAB 3	
KOMUNIKASI VERBAL YANG EFEKTIF	19
A. Definisi Komunikasi Verbal	19
B. Bahasa dan Makna	20
C. Kemampuan Mengungkapkan Bahasa Lisan.....	21
D. Kemampuan Menuangkan Pesan dalam Tulisan	23
E. Panduan Efektif dalam Melakukan Komunikasi Verbal	25
BAB 4	
KOMUNIKASI NONVERBAL YANG EFEKTIF	27
A. Pengertian Komunikasi Nonverbal	27
B. Jenis-jenis Komunikasi Nonverbal	28
C. Hubungan Komunikasi Verbal dan Nonverbal	30
D. Komunikasi Nonverbal dan Teknologi	32
E. Membangun Komunikasi Nonverbal yang Efektif.....	34

BAB 5

KOMUNIKASI ANTAR PERSONA YANG EFEKTIF.....36

- A. Pengertian Komunikasi Antar Persona36
- B. Prinsip-prinsip Komunikasi Antar Persona.....37
- C. Model Komunikasi Antar Persona38
- D. Memahami Teori-teori Peraturan Hubungan (*Relationship Rules*).....40
- E. Membangun Hubungan Antar Persona yang Efektif42

BAB 6

KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL.....44

- A. Tantangan Komunikasi di Era Digital.....44
- B. Etika Berkomunikasi di Media Sosial.....47
- C. Membangun *Personal Branding* melalui Komunikasi Digital50
- D. Mengatasi Misinformasi dan Disinformasi.....54
- E. Komunikasi Efektif dalam Pertemuan Virtual58

BAB 7

KOMUNIKASI DALAM KONTEKS PROFESIONAL62

- A. Komunikasi dalam Tim Kerja.....62
- B. Komunikasi dengan Atasan dan Bawahan65
- C. Negosiasi dan Persuasi dalam Lingkungan Bisnis.....68
- D. Presentasi Bisnis yang Efektif71
- E. Komunikasi Lintas Departemen dan Organisasi.....75

BAB 8

KOMUNIKASI ANTARBUDAYA.....79

- A. Pemahaman Perbedaan Komunikasi Antarbudaya79
- B. Menghindari Stereotip dan Bias dalam Komunikasi Antarbudaya.....82
- C. Adaptasi Komunikasi dalam Konteks Global.....86
- D. Komunikasi dalam Tim Multikultural90
- E. Strategi Mengatasi Hambatan Komunikasi Lintas Budaya95

BAB 9

PENGEMBANGAN DIRI UNTUK KOMUNIKASI YANG LEBIH EFEKTIF.....98

- A. Refleksi Diri untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi.....98
- B. Mengenali dan Mengatasi Kelemahan dalam Berkomunikasi..... 100

C. Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Komunikasi	102
D. Studi Kasus Keberhasilan Komunikasi Efektif.....	105
E. Transformasi Diri Melalui Komunikasi yang Efektif.....	107
REFERENSI.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Proses Komunikasi	3
Gambar 2.	Peristiwa Diskusi dalam Komunikasi.....	4
Gambar 3.	Mendengarkan dalam Komunikasi.....	11
Gambar 4.	Proses Mendengarkan (Wood,2014).....	13
Gambar 5.	Peristiwa Komunikasi Verbal melalui Percakapan.....	19
Gambar 6.	Kegiatan <i>Public Speaking</i> dalam Komunikasi	22
Gambar 7.	Peristiwa komunikasi di dalam organisasi.....	24
Gambar 8.	Contoh Simbol Nonverbal.....	29
Gambar 9.	Komunikasi Nonverbal dengan Teknologi Komputer.....	32
Gambar 10.	Gambaran Komunikasi Antar Persona	36
Gambar 11.	Model Komunikasi Antar Persona (DeVito, 2013).....	38
Gambar 12.	Ilustrasi Perilaku Narsistik di Era Digital.....	45
Gambar 13.	<i>Personal Branding</i> di Era Digital.....	50
Gambar 14.	Situasi Komunikasi dalam Konteks Profesional	62
Gambar 15.	Situasi Negosiasi dalam Bisnis.....	69
Gambar 16.	Presentasi dalam Lingkungan Bisnis.....	72
Gambar 17.	Komunikasi Lintas Departemen dalam Organisasi	75
Gambar 18.	Stereotip Dapat Menghambat Komunikasi Antarbudaya	83
Gambar 19.	Pengembangan Keahlian Berkomunikasi.....	103
Gambar 20.	Tayangan @TEDx Talks di YouTube	105



PENGERTIAN KOMUNIKASI EFEKTIF

A. Definisi Komunikasi dan Pentingnya Komunikasi Efektif

Secara sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (*sender*) kepada komunikan (*receiver*), baik secara langsung maupun menggunakan perantara media untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh komunikator bisa beragam, mulai dari menyampaikan informasi, edukasi, hiburan hingga melakukan persuasi/bermuatan bujukan.

Komunikasi adalah proses sistemik dimana orang/individu berinteraksi dengan dan atau menggunakan simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna. Setidaknya ada empat hal penting yang menjadi acuan dalam memahami definisi komunikasi yaitu proses, sistem, simbol dan makna (Wood, 2014).

Pertama, aspek proses dalam komunikasi dapat diartikan sebagai peristiwa berkelanjutan dan dinamis. Apa yang akan Anda pikirkan sebelum berbicara dengan orang lain akan mempengaruhi interaksi selanjutnya. Pesan yang Anda sampaikan juga akan mempengaruhi interaksi Anda selanjutnya. Misalnya, jika Anda salah bicara, mencederai perasaan lawan bicara, tentu akan berpengaruh terhadap suasana komunikasi Anda selanjutnya dengan lawan bicara.

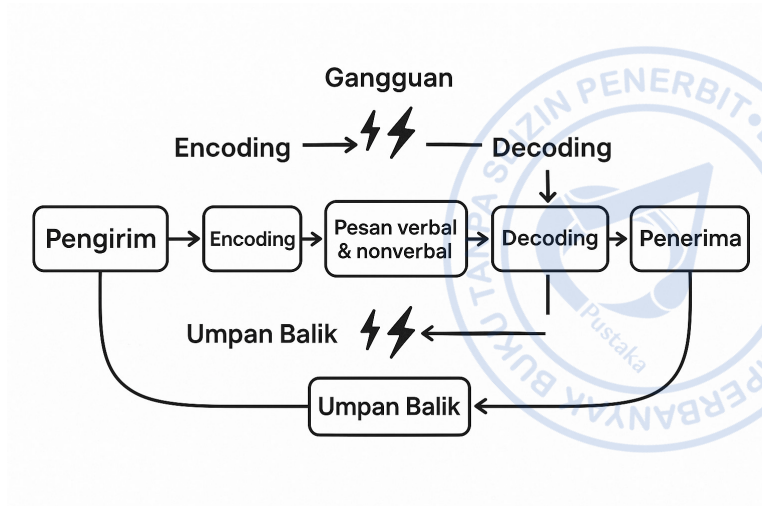
Kedua, aspek sistem dalam komunikasi diartikan sebagai proses komunikasi yang terjadi ada di dalam sistem. Suatu sistem terdiri dari bagian-bagian yang saling terkait yang saling mempengaruhi satu sama lain. Dalam komunikasi keluarga misalnya, setiap anggota

keluarga adalah bagian dari sistem. Cara kita berinteraksi dengan orangtua akan berbeda saat kita berinteraksi dengan kakak/adik atau anggota keluarga lainnya. Komunikasi juga dipengaruhi oleh sistem yang besar seperti perbedaan budaya saat proses interaksi itu terjadi. Sebagai contoh, perbedaan budaya orang Asia dengan Barat ketika mengekspresikan diri. Bagi orang Asia jika merasa tidak suka/setuju dengan orang lain, pada umumnya masih cenderung dapat menyembunyikannya agar orang lain merasa nyaman. Berbeda dengan budaya Barat, yang secara terus terang menyatakan rasa tidak sukanya jika merasa tidak nyaman dengan lawan bicara.

Ketiga, aspek simbol dalam komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam proses komunikasi. Saat Anda berbicara dengan orang lain, simbol berupa ekspresi tersenyum menegaskan bahwa Anda senang/nyaman berinteraksi dengan lawan bicara. Melalui simbol pula, terkadang pesan tanpa kata-kata dapat memberi makna bagi lawan bicara. Simbol seorang ibu yang menyayangi anaknya misalnya, diekspresikan lewat sentuhan hangatnya, ciumannya, pelukannya, dan lain sebagainya.

Keempat, aspek makna dalam komunikasi. Makna merupakan jantungnya komunikasi. Tujuan akhir dari proses komunikasi adalah penciptaan makna. Individu-individu secara aktif membangun makna dari interaksi yang terjadi diantara mereka. Makna dapat terjadi ketika seorang individu melakukan penafsiran atau interpretasi atas pesan diterimanya. Menurut Beauchamp & Baran (2017), komunikasi yang ideal adalah penciptaan makna bersama. Makna bersama ini dapat terjadi ketika komunikator dan komunikan memiliki pemahaman yang sama saat proses komunikasi terjadi.

Dalam membangun komunikasi yang menciptakan makna bersama dapat menjadi bagian penting dalam memahami komunikasi efektif. Komunikasi dikatakan efektif jika dalam proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik atau memiliki kesamaan makna oleh komunikan. Salah satu indikasi komunikasi berjalan efektif adalah tidak terjadi mispersepsi. Mispersepsi adalah proses terjadinya kesalahan dalam diri komunikan saat menanggapi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Mispersepsi dalam proses komunikasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kurangnya pengetahuan komunikan atas pesan yang disampaikan, kesalahan penafsiran yang disebabkan pengalaman yang berbeda dalam melihat sesuatu/pandangannya, hingga masalah fisik terkait kondisi alat pendengaran komunikan, suasana/lingkungan yang terjadi saat proses pesan diterima oleh komunikan.



Gambar 1. Proses Komunikasi

Untuk memahami komunikasi efektif, tidak terlepas dari unsur-unsur komunikasi, yaitu pengirim, penerima, pesan (baik verbal dan nonverbal) yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim dan diterjemahkan (*decoded*) oleh penerima. Termasuk didalamnya umpan balik, tanggapan penerima dan gangguan-gangguan apa saja yang mungkin dapat terjadi saat proses pengiriman dan penerimaan pesan (King, 2020). Proses penyampaian pesan (pengkodean) dilakukan oleh pengirim dengan mengubah pikiran mereka menjadi pesan yang dapat dikomunikasikan. Penerima kemudian melakukan interpretasi pesan tersebut. Proses interpretasi bukanlah hal yang selalu dianggap mudah, karena dalam proses ini seringkali terjadi kesalahan. Contoh sederhana yang terjadi di lingkungan sosial kita, ada seseorang A menyampaikan pesan pada B, lalu si B menyampaikannya kembali kepada temannya yang lain si C. Saat menyampaikan pesan, bisa saja terjadi bias, kekeliruan dan lain sebagainya yang menyebabkan pesan tidak bisa diterima secara baik dan sesuai dengan harapan pengirim pesan.

B. Prinsip-prinsip Komunikasi

Setiap manusia ingin menjadi bagian dan terhubung dengan lingkungan sosialnya. Dalam mencapai keterhubungan pada lingkungan sosialnya, diperlukan adanya komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan melalui interaksi sosial yang dilakukan baik secara verbal dan nonverbal. Jika seseorang mampu menjalankan komunikasinya dengan baik tentu akan berdampak positif pada kualitas hidup sosialnya.



Gambar 2. Peristiwa Diskusi dalam Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam menunjang kehidupan sosial manusia, maka diperlukan pemahaman dasar dalam menjalin komunikasi yang baik saat berkomunikasi dengan orang lain. Prinsip-prinsip komunikasi di bawah ini dapat menjadi bahan rujukan saat berhubungan dengan orang lain (Pearson, et al.: 2011):

1. Komunikasi dimulai dari diri individu itu sendiri. Cara individu memandang dirinya akan berpengaruh pada bagaimana individu tersebut akan melakukan komunikasi. Cara pandang diri individu ini tergantung dari pengalaman-pengalaman seperti apa yang telah dilaluinya. Individu yang dalam hidupnya dikelilingi oleh orang-orang yang penuh kasih sayang cenderung akan memandang orang lain secara positif, tidak mudah berburuk sangka. Sedangkan individu yang dibesarkan dengan lingkungan keluarga yang keras, penuh hinaan cenderung memandang orang lain sebagai musuh, tidak mudah memberi kepercayaan dan sebagainya.
2. Komunikasi melibatkan orang lain. Dalam menjalankan proses komunikasi, yang penting harus dipahami adalah komunikasi tidak akan terjadi tanpa adanya keterlibatan orang lain sebagai penerima pesan. Oleh karena itu, sangat penting seorang komunikator untuk memahami kebutuhan pesan dan harapan orang lain. Misalnya saat terjadi dialog dengan orang lain, kita dapat menempatkan diri kapan kita menjadi pendengar, pengamat, mengambil bagian dalam percakapan, bernegosiasi dan sebagainya.
3. Komunikasi melibatkan dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menjelaskan tentang isi pesan yang disampaikan, sedangkan dimensi

hubungan lebih menekankan pada cara orang menyampaikan pesan tersebut. Pada dimensi hubungan sangat berkaitan dengan cara orang melakukan interpretasi pada pesan yang disampaikan. Misalnya, ada orang mengatakan kata “masuk” pada dimensi isi ini sangat jelas bahwa pesannya menginginkan lawan bicara untuk masuk. Namun jika kata “masuk” dan “silahkan Anda masuk” akan berbeda. Kata “masuk” akan terasa ada suasana menegangkan dibandingkan dengan kalimat “silahkan Anda masuk”.

4. Komunikasi adalah peristiwa kompleks. Komunikasi dikatakan kompleks karena melibatkan beragam aspek seperti aspek verbal, nonverbal, pilihan saluran/media saat menyampaikan pesan, karakteristik komunikator hubungan antara komunikator dan komunikan. karakteristik komunikator, situasi saat terjadinya komunikasi. Perubahan salah satu dari aspek-aspek ini dapat menyebabkan perubahan proses komunikasi.
5. Kuantitas komunikasi tidak dapat menjamin kualitas komunikasi. Seberapa banyak Anda berkomunikasi dengan orang lain tidak selalu menjamin bahwa kualitas komunikasi Anda baik dengan orang tersebut. Bahkan seringkali ada anggapan, semakin banyak bicara justru semakin menimbulkan konflik.
6. Komunikasi tidak dapat dihindari, dan tidak dapat dibalikkan (*irreversible*) Komunikasi tidak dapat dihindari ini berarti bahwa hampir tiap menit kita tidak terlepas dari peristiwa komunikasi, saat sendiri Anda melakukan komunikasi (berpikir, merencanakan sesuatu), saat bersamaan Anda bisa menjadi pengamat atas perilaku yang orang lain lakukan. Komunikasi bersifat *irreversible*, artinya saat pesan sudah disampaikan Anda tidak dapat mengontrol dampak apa yang akan ditimbulkan, ketika Anda menguap padahal Anda mengantuk, tapi orang lain bisa saja menganggap bahwa Anda telah bosan dengan pembicaraannya.
7. Komunikasi tidak dapat diubah. Apa yang sudah tersampaikan tidak dapat diubah. Contoh sederhana ketika Anda menyinggung perasaan orang lain, meskipun Anda sudah menjelaskan bahwa tidak bermaksud demikian, namun apa yang sudah Anda katakan, telah tersimpan dalam memorinya dan mungkin sudah melukainya. Oleh karena itu, penting sekali untuk selalu menjaga lisan saat Anda berkomunikasi dengan orang lain. Tuliskan komentar Anda yang menyinggung orang lain di media sosial, meskipun sudah dihapus namun jika sudah terbaca oleh lawan bicara akan tetap dapat diingat oleh lawan bicara.

C. Proses dan Hambatan Komunikasi

Dalam menjalankan proses komunikasi, ada beberapa tahapan yang dilalui. Setiap tahapan yang terjadi dapat memiliki potensi terjadinya hambatan dalam komunikasi. Berikut ini tahapan umum terjadinya proses komunikasi (McPheat, 2010):

1. *Source* (sumber). *Source* disebut juga *sender* atau pihak yang mengirimkan pesan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, pengirim pesan harus memiliki kejelasan dalam penyampaian pesan dan memiliki tujuan tentang apa yang diharapkan dalam pesan tersebut.
2. *Message* (pesan). Pesan merupakan bagian utama dalam proses komunikasi. Pesan ini disampaikan oleh pengirim pesan/*sender*. Pengirim pesan harus dapat mengupayakan bagaimana pesan yang akan disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan. Misalnya kalimat yang efektif, tidak bertele-tele, tepat sasaran bisa menjadi panduan agar pesan dapat diterima dengan mudah oleh orang lain.
3. *Encoding*. Proses *encoding* atau kegiatan penyandian pesan merupakan proses dimana sumber/pengirim pesan melakukan penyandian atas pesannya kepada *audience*/penerima pesan. Hal sederhana misalnya, ketika seorang pengirim pesan menggunakan akronim tertentu, dia harus memastikan apakah penggunaan akronim ini sudah familiar atau belum saat diterima *audience*.
4. *Channel*. *Channel* dalam hal ini berkaitan dengan metode yang dapat digunakan dalam penyampaian pesan, dapat berupa tatap muka/*face to face*, secara lisan, menggunakan media tertulis dan menggunakan alat/media perantara seperti *email*, telepon, radio, televisi.
5. *Decoding*. Setelah pesan dilakukan *encoding* oleh *sender*, proses selanjutnya adalah *decoding* yaitu proses memahami pesan yang dilakukan oleh penerima pesan. *Decoding* dapat dikatakan efektif ketika penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan.
6. *Receiver* (penerima). Penerima pesan adalah pihak yang melakukan interpretasi pada yang pesan yang telah dikirimkan oleh *sender*.
7. *Feedback*. Beberapa indikasi bahwa penerima pesan dapat menerima pesan dengan baik, misalnya dengan memperhatikan pesan, mendengarkan, memberikan respon atau tanggapan dan bertanya pada pengirim pesan.
8. *Context*. *Context* dalam hal ini mengacu pada situasi saat komunikasi terjadi antara komunikator dan komunikasi, misalnya keadaan lingkungan, budaya organisasi, dan faktor budaya secara umum.

Saat menjalani proses komunikasi, tidak selalu berjalan mulus. Beberapa hambatan dapat terjadi yang disebabkan oleh beragam faktor. Seperti saat menonton televisi, ketika antena penerima sinyal televisi mengalami gangguan, kita tidak dapat menonton tayangan yang disajikan. Saat berbicara dengan rekan di tengah kebisingan suara pabrik juga dapat menyebabkan gangguan yang membuat kita tidak dapat mendengarkan percakapan dengan baik.

Kendala yang terjadi saat berlangsungnya komunikasi disebut sebagai hambatan komunikasi. Komunikasi dikatakan efektif jika terjadinya persamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Kesamaan makna ini hanya dapat terjadi jika hambatan komunikasi tidak terjadi di antara kedua pihak yang berkomunikasi. Beberapa faktor yang menyebabkan hambatan komunikasi diantaranya adalah:

1. Kendala bahasa. Seringkali proses penyampaian pesan disebabkan oleh kendala bahasa. Hal ini bisa terjadi baik di komunikator maupun komunikan. Bahasa yang tidak dipahami misalnya adanya penggunaan istilah asing yang dilakukan oleh *sender* kepada komunikan sehingga terjadi misinterpretasi. Kendala bahasa yang bisa juga terjadi misalnya saat berbicara dengan orang asing (Arab) yang bertanya mengenai jalan, namun karena kendala bahasa, kita tidak dapat memahami dan menjawab pertanyaan orang Arab tersebut.
2. Kendala Fisik. Kendala fisik dapat terjadi dalam proses komunikasi yang melibatkan beberapa aspek. Misalnya kendala alat pendengaran yang dimiliki komunikan, meskipun komunikator sudah menyampaikan dengan jelas, namun karena ada gangguan alat pendengaran komunikan, pesan akhirnya tidak dapat diterima dengan baik. Gangguan fisik ini bisa berupa gangguan tuli, gangguan jarak fisik misalnya saat pengirim pesan menyampaikan pesan kepada orang yang secara fisik jauh sehingga tidak dapat terdengar/ suara yang didengar kecil. Gangguan fisik karena suara tidak terdengar dapat diatasi misalnya dengan alat bantu dengar atau menggunakan media penguat suara.
3. Kendala psikologis. Kendala psikologis dalam hal ini berkaitan juga dengan kendala emosi yang dialami oleh komunikan. Jika komunikan sedang memiliki masalah, depresi pada persoalan yang dihadapinya bisa saja mempengaruhi proses penerimaan pesan, misalnya tidak memperhatikan pesan, tidak mendengarkan bahkan mungkin mengabaikan pesan tersebut. Bahkan ada anggapan, “Jangan pernah menasehati seseorang ketika dia sedang marah”, menjadi pesan penting yang harus dipahami oleh komunikator.

4. Kendala budaya. Faktor terakhir ini menjadi hal penting yang tidak dapat diabaikan. Kendala perbedaan budaya seringkali menjadi penghambat berjalannya komunikasi efektif. Orang yang tidak memahami budaya orang lain berpotensi menyebabkan hambatan komunikasi tersebut. Contoh sederhana saat Anda bertamu di rumah orang lain dan Anda dijamu untuk makan malam bersama. Anda yang beranggapan, bahwa bersendawa adalah tanda ingin menghormati tuan rumah bahwa Anda senang dengan sajiannya dan merasa kenyang, akan diartikan berbeda dengan mereka yang memiliki anggapan, bersendawa di depan orang dianggap tidak sopan dan tidak menghargai orang lain yang sedang makan bersama Anda.

D. Ragam Bentuk Komunikasi Efektif (Verbal dan Nonverbal)

Dalam mempelajari komunikasi, kita dapat membedakan komunikasi melalui cara penyampaiannya. Secara umum kita dapat membaginya dalam dua bagian, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Berikut perbedaan dari keduanya:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan proses penyampaian pesan yang disampaikan secara langsung melalui kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Penyampaian komunikasi verbal ini dapat secara tatap muka (*face to face*) dan dapat menggunakan perantara media. Berbicara menggunakan telepon, menulis pesan lewat fitur pesan/*chat*, membaca surat kabar adalah beberapa contoh aktivitas komunikasi verbal.

Dalam menjalankan komunikasi verbal yang efektif diperlukan beberapa cara agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh lawan bicara. Diantaranya adalah gunakan kata-kata yang mudah dipahami orang lain. Jika Anda ingin menggunakan istilah tertentu yang tidak familiar, pastikan lawan bicara telah memahami hal tersebut. Hal lain yang juga dapat menjadi perhatian adalah jangan berbelit-belit dalam menyampaikan sesuatu. Bicaralah fokus pada inti pesan, agar lawan bicara dapat memahami pesan yang Anda maksud. Sama halnya ketika Anda menulis pesan, jika penyampaian terlalu panjang dan berbelit-belit akan menimbulkan kebingungan bagi yang membaca. Selain itu, perhatikan pula siapa lawan bicara Anda. Jika Anda berbicara dengan orang yang lebih tua, cara Anda berbicara tentu berbeda dengan Anda bicara dengan anak-anak. Sama halnya ketika Anda berhadapan dengan atasan di tempat kerja akan berbeda

ketika Anda berbicara dengan rekan kerja. Hal ini berhubungan erat dengan faktor situasi/konteks saat komunikasi verbal terjadi. Jika suasana formal, cara Anda mengungkapkan pesan tentu akan berbeda dengan situasi yang nonformal atau santai.

Seperti yang sudah dipaparkan di atas, selain secara lisan dan tatap muka langsung, komunikasi verbal juga dapat menggunakan media. Media paling umum yang dapat digunakan antara lain adalah perangkat telepon, surat elektronik atau *email*, dan media massa lainnya seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Untuk memaksimalkan komunikasi verbal yang efektif dengan bantuan media ini, sebenarnya tidak jauh berbeda dengan penjelasan sebelumnya, dimana Anda diminta untuk menggunakan kata-kata yang mudah dipahami, fokus pada pesan yang akan disampaikan, perhatikan lawan bicara dan konteks/situasi saat terjadinya komunikasi. Namun karena ada media sebagai medium pengantar pesan, maka yang perlu menjadi perhatian adalah mediumnya itu sendiri. Meskipun penggunaan media memungkinkan terjadinya komunikasi dengan cepat, namun bukan berarti keberhasilan komunikasi menjadi lebih baik. Banyak faktor komunikasi verbal tidak berjalan efektif karena adanya gangguan media, seperti sinyal yang rusak/mati, tulisan yang tidak terbaca, pesan tidak terkirim karena gangguan sistem *provider* penyedia telepon, dan lain sebagainya.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan dengan tanpa menggunakan kata-kata, biasanya melibatkan bahasa tubuh diantaranya kontak mata, mimik/ekspresi wajah, intonasi suara, sentuhan, simbol dan lain-lain. Dalam konteks media baru, penggunaan *emoticon* yang terdapat pada fitur *chat* merupakan salah satu contoh komunikasi nonverbal yang dapat terjadi.

Meskipun komunikasi nonverbal tidak menggunakan kata-kata, namun justru lewat komunikasi ini orang lebih percaya. Tidak heran ada anggapan bahwa 70 persen komunikasi manusia dipercaya melalui komunikasi nonverbalnya dibandingkan komunikasi verbal yang ditunjukkan seseorang. Orang yang mengatakan, “Saya bahagia, senang bersamamu,” namun dengan raut wajah sedih, orang akan percaya dengan pancaran wajahnya dibandingkan kata-kata yang disampaikan secara lisan. Oleh karena itu, Anda harus hati-hati dalam menggunakan komunikasi nonverbal ini.

Beberapa upaya untuk menghasilkan komunikasi nonverbal yang efektif adalah memahami dengan siapa, kapan, dimana dan dalam situasi apa Anda gunakan komunikasi nonverbal. Penggunaan simbol/*emoticon* “*love*” tentu akan berbeda maknanya jika dikirim kepada orang yang Anda sayangi dengan orang yang tidak dekat dengan Anda.

Dalam dunia profesional, komunikasi nonverbal juga dibutuhkan. Saat Anda menghadiri rapat dan bertemu dengan klien, senyuman, jabatan tangan menjadi tanda penghormatan Anda kepada klien. Saat berbicara juga Anda menjaga kontak mata agar klien merasa tidak diabaikan dan Anda dianggap sebagai pendengar yang baik. Namun perlu diperhatikan pula, bahwa penggunaan nonverbal yang berlebihan juga akan menafsirkan pesan yang berbeda. Misalnya saat presentasi di hadapan klien, Anda beberapa kali membunyikan pulpen yang selain dapat mengganggu jalannya rapat juga dapat menimbulkan kesan Anda tidak siap/gugup.



MENDENGARKAN SECARA EFEKTIF

A. Pentingnya Mendengarkan secara Aktif dalam Komunikasi Efektif

Banyak orang beranggapan bahwa komunikasi itu fokus pada bicara, padahal tidaklah demikian. Selain kemampuan berbicara, kemampuan mendengarkan juga menjadi hal penting saat terjadinya proses komunikasi (Worthigton et al., 2024). Bayangkan jika semua orang ingin berbicara dan tidak ada yang mau menjadi pendengar, dapat dipastikan tidak akan terjadi komunikasi yang efektif. Contoh sederhana misalnya saat seorang dokter tidak mendengarkan dengan baik keluhan yang dialami pasiennya, bisa saja melakukan diagnosa penyakit yang salah yang justru berdampak buruk pada kesehatan pasiennya. Hal lain misalnya saat Anda tidak mau mendengarkan penjelasan teman Anda perihal pengumuman yang disampaikan di kampus, bisa jadi Anda kehilangan informasi penting yang dapat merugikan studi Anda di kampus tersebut.



Gambar 3. Mendengarkan dalam Komunikasi

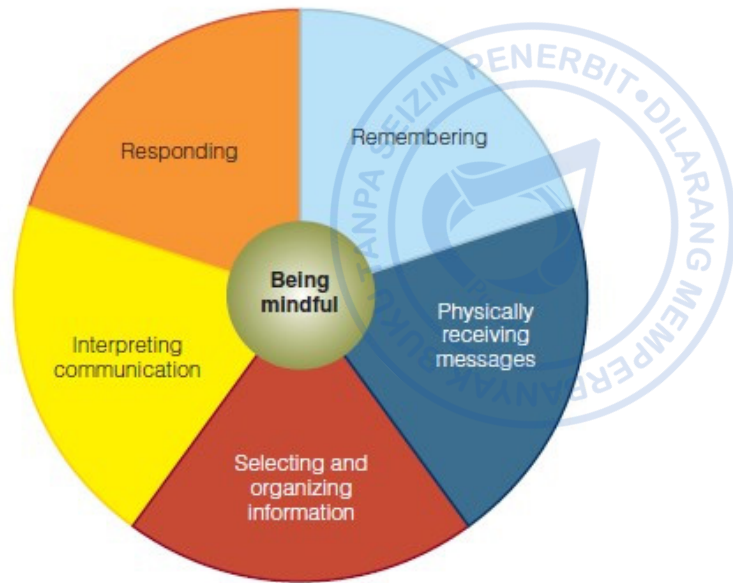
Begitu pentingnya peran mendengarkan dalam proses komunikasi, maka diperlukan keahlian khusus agar proses mendengarkan dapat terjadi dengan baik. Salah satu teknik tersebut adalah mendengarkan secara aktif. Mendengarkan secara aktif adalah proses komunikasi dimana seseorang melakukan upaya mendengarkan secara penuh terhadap apa yang disampaikan lawan bicaranya sebelum ia memberikan respon. Mendengarkan secara penuh di sini berarti membutuhkan konsentrasi pada pesan yang ia terima dan dengar sehingga ia benar-benar dapat memahami pesan yang diterimanya tersebut.

Berbeda dengan *hear*, dimana dalam konteks ini Anda hanya mendengarkan saja tanpa memahaminya, maka dalam bahasan ini adalah *listen*, dimana Anda tidak hanya mendengar stimulus yang diberikan namun Anda juga berusaha memahami atas apa yang Anda dengar tersebut. Konsep *hear* misalnya saat Anda mendengar dosen menyampaikan materi di kelas, namun di saat bersamaan Anda sedang memikirkan sesuatu, dalam hal ini telinga Anda mendengar materi dosen namun belum tentu Anda memahaminya karena saat itu Anda tidak menggunakan konsep *listen*.

Untuk mendapatkan komunikasi yang efektif dalam situasi apapun, mendengarkan menjadi salah satu kunci yang berperan penting dalam keberhasilan tersebut. Dalam hubungan komunikasi interpersonal (komunikasi antar persona), ketika terjadi masalah diantara Anda dan kekasih Anda, maka proses mendengarkan diantara kedua belah pihak dapat menjadi salah satu cara untuk menyelesaikan masalah dalam sebuah hubungan. Tidak hanya dalam level komunikasi antar persona, tetapi juga level komunikasi kelompok dan organisasi juga membutuhkan kemampuan mendengarkan yang baik agar tercipta hubungan komunikasi yang harmonis diantara berbagai pihak. Seorang atasan yang hanya mau didengar saja tanpa memperhatikan keinginan bawahannya akan membuat suasana organisasi menjadi tidak nyaman yang lambat laun akan mempengaruhi iklim komunikasi organisasi yang tidak kondusif.

B. Proses Mendengarkan

Menurut Wood (2014), mendengarkan adalah proses seseorang menerima, mengkonstruksikan makna dan merespon atas pesan (verbal maupun nonverbal) yang diterimanya. Untuk memahami konsep mendengarkan, diperlukan pemahaman tentang proses mendengarkan itu sendiri. Secara ringkas dijelaskan dalam gambar berikut ini:



Gambar 4. Proses Mendengarkan (Wood,2014)

1. *Being Mindful* (Penuh Perhatian). Kemampuan dasar utama yang dibutuhkan dalam mendengarkan adalah kemampuan dalam memberikan perhatian penuh pada pesan yang diterima. Dalam hal ini, seseorang dianggap memberikan perhatian penuh ketika dia mendengarkan pesan tanpa memikirkan hal lain secara bersamaan. Indikasi bahwa seseorang telah mendengarkan dengan baik adalah dia mampu memahami dengan utuh pesan yang diterimanya. Menurut Wood (2014), kemampuan mendengar dengan penuh perhatian dapat meningkatkan keberhasilan komunikasi, yaitu dapat memahami pikiran dan perasaan lawan bicara dengan baik serta dapat meningkatkan keterbukaan lawan bicara. Ketika seseorang mendengarkan dengan baik, lawan bicara akan cenderung lebih terbuka dan mau mengungkapkan perasaan mereka lebih mendalam.
2. *Physically Receiving Messages* (Menerima Pesan secara Fisik). Proses mendengarkan juga membutuhkan dukungan fisik yang baik. Dalam hal ini adalah kemampuan seseorang saat menerima pesan dimana indera pendengaran tidak mengalami gangguan. Situasi saat proses mendengarkan terjadi tidak akan berjalan jika pesan yang disampaikan di saat bersamaan terjadi banyak gangguan, seperti suara TV yang menyala, musik yang terlalu keras, ruang kelas yang terlalu luas sedangkan pengeras suara tidak ada/tidak berfungsi. Hal lain misalnya adanya gangguan pendengaran yang tentu secara fisik dapat menghambat proses mendengarkan tersebut. Untuk

mengurangi gangguan fisik tersebut, kita dapat menggunakan beragam cara, misalnya situasi lingkungan yang aman dan nyaman, menghindari *noise*/gangguan dengan mengecilkan volume TV, atau memperbaiki pengeras suara agar dapat terdengar dengan jelas ke seluruh peserta yang hadir dalam ruangan. Bagi mereka yang mengalami gangguan pendengaran, dapat menggunakan alat bantu dengar agar proses mendengarkan dapat berjalan dengan baik.

3. *Selecting and Organizing Information* (Menyeleksi dan Mengolah Pesan). Untuk mendapatkan kualitas mendengarkan yang baik, kita perlu untuk menyeleksi dan mengolah pesan yang kita terima. Pada proses ini kita cenderung menggunakan akal pikiran dan perasaan kita untuk dapat memberikan respon pada pesan yang diterima. Misalnya saat Anda berinteraksi dengan teman yang menangis dan terlihat sangat emosional, bisa jadi persepsi Anda pada apa yang dilihat tersebut adalah ia butuh teman bercerita. Dalam kondisi demikian Anda berusaha untuk tidak mengintervensinya dan membiarkan ia bercerita, meluapkan segala keluh kesahnya. Dalam proses menyeleksi dan mengolah pesan dapat diartikan bahwa kita dituntut untuk bisa mendefinisikan situasi mendengarkan dan membangun maknanya.
4. *Interpreting Communication* (Menafsirkan Komunikasi). Proses selanjutnya dari mendengarkan adalah kemampuan kita melakukan interpretasi pada pesan yang kita terima. Interpretasi yang efektif dapat terjadi ketika kita mampu memahami orang lain dari sudut pandangnya. Memahami sudut pandang orang lain, bukan berarti Anda setuju dengan mereka. Dalam konteks ini, dengan memahami sudut pandang orang lain berarti Anda telah sungguh-sungguh berupaya memahami apa yang orang lain pikirkan dan rasakan.
5. *Responding* (Menanggapi). Proses mendengarkan yang efektif ditandai juga dengan bentuk respon yang diberikan kepada lawan bicara setelah mereka mengutarakan pesannya. Bentuk respon dapat berupa memperlihatkan daya tarik pada pesan yang disampaikan lawan bicara, bertanya, mengungkapkan ide atau saran dari pembicaraan topik yang dibahas dan lain-lain. Bentuk respon ini akan memberikan kesan bagi lawan bicara bahwa kita sedang mendengarkannya dengan baik dan tertarik dengan apa yang sedang lawan bicara sampaikan.
6. *Remembering* (Mengingat). Aspek terakhir dari proses mendengarkan adalah mengingat. Proses mengingat ini bukanlah hal yang mudah, karena begitu banyak informasi yang didapat belum tentu kita dapat mengingat semua

pesan tersebut. Apalagi jika dalam sehari kita berinteraksi dengan banyak teman dan sejumlah cerita dalam hidupnya, mungkin hanya Sebagian kecil saja pesan-pesan itu dapat kita ingat. Namun agar proses mendengarkan yang kita lakukan berjalan baik, proses mengingat ini tetap harus menjadi perhatian agar hubungan interaksi kita dengan orang lain berjalan baik. Salah satunya adalah dengan memfokuskan perhatian kita secara selektif. Kita tidak mungkin mengingat semua, namun dengan menyeleksi poin-poin utama dari pesan yang disampaikan lawan bicara akan membantu kita dalam melakukan proses mengingat pesan.

C. Hambatan dalam Proses Mendengarkan

Dalam proses mendengarkan, idealnya kita mampu menjalankan enam proses yang disebutkan dalam poin 2.2 di atas dengan baik. Namun dalam kenyataannya, untuk mendengarkan secara efektif tidak selamanya manusia dapat melakukannya, karena banyak faktor yang menjadi penghambat proses tersebut. Menurut Beauchamp & Baran (2017), gangguan/hambatan proses mendengarkan dapat dibagi dalam lima hal, yaitu:

1. Gangguan Fisik (*Physical Noise*). Gangguan fisik adalah gangguan yang terjadi di luar diri saat seseorang mendengarkan. Gangguan ini misalnya saat kita sedang mengobrol dengan teman di pabrik, namun karena suara mesin yang bising, kita tidak dapat mendengarkan dengan jelas pesan yang disampaikan teman kita. Contoh lain saat kita berbicara melalui telepon tapi ada orang asing di sekitar kita sedang berbicara dengan suara keras dengan temannya, yang membuat kita tidak dapat dengan jelas menerima pesan yang disampaikan melalui telepon. Dikarenakan gangguan fisik ini terjadi di luar diri seseorang, gangguan ini bisa kita atasi dengan segera misalnya menghindari suara bising, mencari tempat yang aman dan kondusif agar proses mendengarkan dapat berjalan baik.
2. Gangguan Psikologis. Gangguan psikologis dapat terjadi karena adanya bias saat mendengarkan (*biased listening*), prasangka (*prejudices*), dan perbedaan budaya (*cultural differences*). Terjadinya bias saat mendengarkan dapat terjadi karena pendengar tidak suka dengan pembicaraannya, topiknya tidak menarik, isu yang disampaikan basi, membosankan, terlalu rumit, tidak penting dan sebagainya. Sedangkan prasangka adalah gangguan saat mendengarkan yang terjadi karena pendengar melakukan pemaknaan yang sesuai dengan kepercayaannya tanpa mendengarkan dengan utuh pesan yang diterimanya, misalnya melabeli seseorang dengan kata liberal, konservatif

dan sebagainya. Gangguan psikologis lain adalah perbedaan budaya. Orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda yang membawa pengalaman dan harapan berbeda, sangat mungkin sekali melakukan pemaknaan yang berbeda pada pesan yang diterimanya.

3. Gangguan Fisiologis (*Physiological Noise*). Gangguan fisiologis adalah gangguan yang dirasakan secara fisik saat seseorang mendengarkan. Beberapa diantaranya saat orang lelah, sakit, lapar dapat mengganggu konsentrasi seseorang saat mendengarkan pesan yang diterimanya.
4. Gangguan Semantik (*Semantic Noise*). Gangguan semantik berkaitan dengan adanya gangguan linguistik pada pesan. Misalnya tidak memahami bahasa, dialek, istilah dan jargon yang disampaikan oleh pembicara.
5. Gangguan Eksternal (*External Distractions*). Gangguan eksternal adalah gangguan yang terjadi di luar pesan saat seseorang melakukan proses mendengarkan. Misalnya saat lawan bicara berulang kali memegang rambutnya, berjalan maju mundur saat berbicara, Anda tidak bisa penuh memperhatikan pesan yang disampaikan karena terganggu dengan gerakangerakannya. Hal lain yang merupakan gangguan eksternal adalah adanya informasi yang *overload* saat mendengarkan. Misalnya saja saat Anda memperhatikan berita di televisi, di saat yang bersamaan Anda membaca pesan WA dari teman, ditambah lagi di ruang tengah, keluarga Anda sedang mengajak ngobrol dengan Anda. Hal ini tentu akan mengganggu konsentrasi Anda dalam mendengarkan.

D. Meningkatkan Keterampilan Mendengarkan

Dalam upaya menghasilkan komunikasi yang efektif, selain kemampuan berbicara, seseorang juga dituntut untuk mampu mendengarkan lawan bicaranya. Meskipun banyak hambatan yang seringkali ditemukan saat kita mendengarkan, namun kita perlu melatih diri kita agar dapat menjadi pendengar yang baik. Berikut beberapa cara yang dapat menjadi panduan kita dalam meningkatkan keterampilan mendengarkan: (Pearson, et al., 2011):

- Mendengarkan dan berpikir kritis. Proses mendengarkan secara kritis berjalan beringin dengan kemampuan kita untuk berpikir kritis. Kita tidak dapat berpikir kritis jika tidak mendengarkannya secara kritis. Mendengarkan secara kritis adalah kemampuan seseorang dalam mendengarkan secara aktif dimana ia mencerna pesan sekaligus menganalisisnya. Strategi untuk dapat meningkatkan kemampuan mendengarkan dan berpikir kritis adalah secara hati-hati menganalisis gagasan pembicara, menganalisis pesan yang disampaikan, akurasi sumber yang dimiliki, dan lain sebagainya.

- Menggunakan komunikasi verbal secara efektif. Untuk meningkatkan keterampilan mendengarkan, kita dapat menggunakan komunikasi verbal dengan cara yang efektif agar lawan bicara memahami bahwa kita sedang mendengarkannya. Contohnya kita dapat memberi tanggapan dengan mengucapkan: “Oh ya, lalu bagaimana?”, “Bagaimana perasaanmu sekarang?”, dengan demikian lawan bicara akan menceritakan lebih banyak informasi. Cara lainnya adalah mengajukan pertanyaan kepada pembicara guna mendapatkan informasi detil dan klarifikasi dari apa yang disampaikan.
- Menggunakan komunikasi nonverbal secara efektif. Meskipun kita telah menunjukkan komunikasi verbal saat kita mendengarkan, namun kenyataannya komunikasi nonverbal yang kita tunjukkan mampu memberikan pengaruh yang besar bagi lawan bicara. Saat mendengarkan pastikan posisi tubuh kita menghadap kepada pembicara, ini memberikan kesan bahwa kita sedang minat dan ingin mendengarkannya. *Gesture* seperti menganggukan kepala, juga menjadi tanda bahwa kita sedang mendengarkannya. Fokus kepada pembicara dan menatapnya juga dapat memberi makna bahwa kita sedang mendengarkannya.
- Memeriksa pemahaman pesan yang disampaikan sumber. Salah satu bukti bahwa kita telah mendengarkan dengan baik adalah dengan kita memberikan respon dan paham pada pesan yang disampaikan pembicara. Untuk memastikan bahwa kita telah paham, kita dapat mengajukan pertanyaan untuk mengklarifikasi apa yang sudah kita dengar dan pahami, mengulang apa yang telah disampaikan, serta mengidentifikasi poin-poin atau bagian yang membingungkan. Dengan kita memberikan respon tersebut, pembicara akan merasa senang karena apa yang telah disampaikan tersebut menjadi perhatian kita sebagai pendengar.

E. Manfaat Mendengarkan secara Efektif

Dengan melakukan keahlian mendengarkan secara efektif, kita dapat merasakan banyak manfaat dalam membina hubungan sosial dengan orang lain (Kluger & Itzchakov, 2022). Pada dasarnya orang akan merasa senang jika sedang berbicara, ia didengarkan oleh lawan bicaranya. Apalagi jika kita mampu memberikan respon pada pesan yang disampaikan akan menambah kekuatan bahwa kita tertarik pada pesan tersebut. Berikut ini ada empat manfaat yang dapat kita rasakan setelah kita mampu menerapkan kemampuan mendengarkan secara efektif (Tyagi, 2013):

1. Terjadinya komunikasi efektif. Komunikasi tidak hanya sekedar berbicara, tapi juga kemampuan mendengarkan. Bentuk komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pihak yang mendengarkan mampu memahami makna pesan yang disampaikan oleh pembicara.
2. Mengurangi kesalahpahaman. Terlepas dari pesan lisan maupun tulisan, keahlian mendengarkan yang efektif dapat mengurangi kesalahpahaman. Semakin tinggi perhatian seseorang pada pesan yang diterimanya semakin meningkatkan pula pada kephahaman akan pesan yang diterimanya.
3. Meningkatkan hubungan. Dengan mendengarkan secara efektif akan meningkatkan hubungan sosial kita dengan orang lain. Orang yang didengarkan akan merasa dirinya dihargai, penting dan istimewa. Dalam hubungan professional, kemampuan mendengarkan juga sangat penting. Dengan kita mendengarkannya, relasi bisnis akan menjadi kuat dan harmonis.
4. Mengembangkan kemampuan diri. Setiap kita mendengarkan, sesungguhnya kita telah mempelajari banyak hal, tentang pemikiran dan sudut pandang orang lain. Hal ini justru bermanfaat untuk kita dapat mengembangkan diri dan menemukan banyak ide dari pengalaman-pengalaman mendengarkan tersebut.



KOMUNIKASI VERBAL YANG EFEKTIF

A. Definisi Komunikasi Verbal

Salah satu bentuk komunikasi antar manusia yang paling sering dilakukan adalah komunikasi verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan kata-kata baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi verbal melibatkan kemampuan seseorang dalam menggunakan bahasa. Untuk itu bahasan komunikasi verbal pada bab ini, banyak menjelaskan tentang penggunaan bahasa.



Gambar 5. Peristiwa Komunikasi Verbal melalui Percakapan

Dalam komunikasi, bahasa atau *language* adalah alat penyampaian pesan yang sangat kuat. Melalui bahasa dan kata-kata yang kita ucapkan, kita dapat menyampaikan ide, pendapat, mimpi, dan harapan tentang masa depan. Dengan kekuatannya pula, bahasa juga mampu merubah sikap seseorang. Pernahkah Anda melihat seorang motivator yang dengan kata-katanya, mampu membius kita hingga kita terpengaruh dan mampu mengubah pikiran dan sikap kita? Melalui bahasa yang disampaikan lewat iklan di sosial media, juga mampu membuat kita tertarik dan ingin

membeli produk yang ditawarkan? Oleh karena kekuatan bahasa sangatlah kuat, pada bagian akhir dari bab ini, penting untuk kita pahami etika dalam penggunaan bahasa.

B. Bahasa dan Makna

Menurut Wood (2014), bahasa terdiri dari simbol-simbol yang merupakan representasi dari orang, peristiwa, dan semua hal yang terjadi di sekitar kita. Misalnya nama Anda adalah simbol yang mewakili tentang diri Anda, apartemen adalah simbol tentang bangunan bertingkat, kata cinta mewakili simbol tentang kasih sayang. Untuk memahami bahasa, kita akan membahasnya dalam tiga aspek yaitu *arbitrary*, *ambiguity* dan *abstraction*.

- *Arbitrary*. Dalam bahasa Indonesia, kita dapat menyebutnya dengan arbitrer. Arbitrer diartikan bahwa makna kata tidak ada kaitan antara bunyi kata dengan benda-benda atau lambang bunyi dengan yang dilambangkan. Contoh sederhana saat kita mengucapkan kata lemu yang dalam bahasa Jawa artinya gemuk, bagi masyarakat Inggris mengucapkannya dengan *fat*. Perbedaan kata-kata antara orang Jawa dengan Inggris ini tidak didasari oleh apapun. Arbitrer dalam konteks saat ini juga dapat ditunjukkan misalnya saat orang sudah menggantikan senyum dengan tanda “:-“ atau tanda “-D” untuk ekspresi tertawa.
- *Ambiguity*. Bahasa bersifat ambigu, yang artinya tidak memiliki makna yang jelas dan tepat. Arti dari sebuah kata bisa bervariasi sesuai dengan konteks budaya dan pengalaman individu. Bisa saja bahasanya sama, namun memiliki makna yang berbeda bergantung dari cara pandang, minat, pengalaman, latar belakang seseorang. Meskipun begitu, banyak juga bahasa yang disepakati sama oleh suatu kelompok. Misalnya kita menyebut anjing, ada suatu kesepakatan bahwa ini merujuk pada hewan berkaki empat. Namun simbol anjing ini punya banyak makna, seperti anjing adalah hewan peliharaan, namun ada yang menyebutnya bahwa anjing adalah daging yang dapat dikonsumsi. Seperti halnya kita juga melihat pada budaya di Indonesia, sapi adalah salah satu hewan kurban, tapi bagi umat Hindu sapi sangat sakral karena dianggap suci.
- *Abstraction*. Bahasa bersifat abstrak yaitu kata-kata tidak bersifat konkrit atau nyata. Oleh karena sifat bahasa abstrak, tidak jarang dapat menimbulkan kebingungan. Contoh sederhana ketika kita mengatakan, “Kamu menyela pembicaraan saya beberapa waktu yang lalu”, akan lebih jelas maknanya dibandingkan dengan kalimat, “Kamu sangat mendominasi.”

C. Kemampuan Mengungkapkan Bahasa Lisan

Berbicara secara lisan merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari dalam kehidupan manusia. Mulai dari lingkungan terkecil yaitu keluarga, setiap manusia berinteraksi melalui komunikasi lisan. Kemampuan berbicara verbal (secara lisan), tidak hanya dibutuhkan saat manusia melakukan percakapan, karena kebutuhan pada lingkup yang lebih besar seperti pada khalayak publik juga membutuhkan keahlian komunikasi lisan. Greene (2016), menyatakan bahwa manusia yang memiliki kemampuan komunikasi lisan akan berdampak positif pada kualitas hidupnya, menciptakan hubungan relasi yang baik, meningkatkan kepercayaan diri serta dapat meningkatkan kesuksesan hidupnya terutama dalam konteks bisnis.

Dalam kehidupan antar persona, orang yang memiliki kemampuan komunikasi lisan yang baik dapat menciptakan hubungan yang harmonis. Misalnya ketika dalam sebuah hubungan pertemanan, ada rekan kerja yang kerjanya tidak sesuai harapan, jika kita mengatakan, “Kamu kerjanya tidak bagus, saya tidak puas,” mungkin akan membuat orang tersebut kecewa dan hubungan menjadi tidak baik. Namun jika kita mengatakannya, “Terima kasih kamu sudah berusaha dengan baik dalam pekerjaan ini, namun kalau boleh, tolong bagian ini kamu revisi sedikit karena masih belum sesuai dengan standar pelaporan keuangan di kantor kita,” akan terdengar lebih halus dan membuatnya tidak tersinggung. Memang terlihat seperti bertele-tele dan buang waktu, namun kita harus pahami bahwa kita berbicara dengan orang lain yang harus kita pahami perspektifnya. Contoh dalam pekerjaan tadi, orang yang sudah melakukan pekerjaan, bisa jadi ia melakukannya dengan usaha kerasnya. Jika kita langsung mencelanya mungkin akan membuatnya kecewa dan bukan tidak mungkin hubungan menjadi tidak harmonis ke depannya.

Selain dalam lingkup antar persona. Komunikasi lisan juga dapat terjadi pada tingkat organisasi. Dalam lingkungan organisasi, kita tidak hanya berbicara di internal dengan rekan kerja tapi juga dengan pihak eksternal. Jika kita berada dalam perusahaan yang bergerak dalam bisnis, tentunya kemampuan komunikasi lisan menjadi hal penting yang harus dimiliki karyawannya. Pertemuan dengan klien, melakukan presentasi, negosiasi hingga menjawab keluhan pelanggan membutuhkan kemampuan komunikasi lisan.

Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikasi lisan diterapkan pada komunikasi untuk publik dikenal dengan istilah *public speaking*. *Public speaking* adalah kemampuan seseorang menggunakan seni berbicara melalui teknik yang tepat sehingga pesan dapat diterima dan dipahami oleh audiens.



Gambar 6. Kegiatan *Public Speaking* dalam Komunikasi

Menurut Beebee & Beebee (2016), *Public speaking* adalah proses penyampaian pesan kepada audiens baik dalam skala kecil maupun besar melalui teknik dan keahlian komunikasi. *Public speaking* berbeda dengan percakapan. Setidaknya ada tiga perbedaan antara *public speaking* dan percakapan (*conversation*) (Beebee & Beebee, 2016):

1. *Public speaking* membutuhkan persiapan yang matang dibandingkan percakapan. Percakapan biasanya terjadi secara spontan, ada pertanyaan lalu dijawab oleh lawan bicara. Sedangkan pada *public speaking*, seseorang memerlukan persiapan yang cukup lama, misalnya pemilihan tema/topik, struktur penyampaian bahkan terkadang dalam praktik *public speaking* seseorang dapat melakukan persiapan dengan latihan berkali-kali sebelum tampil di depan publik.
2. *Public speaking* lebih formal dibandingkan percakapan. Bahasa *slang* dan bahasa sehari-hari akan banyak muncul dalam konteks percakapan, sedangkan dalam *public speaking* yang cenderung formal akan menggunakan bahasa baku, pemilihan kata yang sesuai hingga pemilihan nonverbal saat berbicara dalam *public speaking* akan berbeda dengan konteks percakapan.
3. *Public speaking* melibatkan peran yang jelas antara pembicara dan audiens sedangkan pada konteks percakapan batasan peran tersebut tidak terlihat.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa kemampuan *public speaking* sangat membutuhkan kemampuan seseorang dalam menerapkan teknik berbicara yang tepat. Teknik berbicara dalam konteks *public speaking* merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan dalam konteks situasi formal kepada para audiens dalam upaya menyampaikan suatu tujuan.

D. Kemampuan Menuangkan Pesan dalam Tulisan

Selain kemampuan berbicara, salah satu keahlian komunikasi adalah kemampuan orang dalam menyampaikan pesan lewat tulisan (*written communication*) (Sumaiya, et al., 2022). Kemampuan tersebut dapat dilihat dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari level pribadi, percakapan yang ditulis melalui aplikasi WhatsApp dimana para pengguna bertukar pesan, hingga pada level publik dimana seorang individu menyampaikan pesannya ke banyak orang dengan menggunakan media massa atau media sosial.

Kemampuan menyampaikan pesan lewat tulisan tidak semata-mata menyampaikan kata-kata dan kalimat, namun kita juga harus memperhatikan konten pesan yang kita sampaikan. Pesan tertulis mungkin bisa dihapus, namun jika tulisan telah terbaca dan terlanjur melukai perasaan lawan bicara, tulisan tersebut akan tetap diingatnya. Jadi tidak heran jika ada istilah, “Jemari mu adalah harimau mu,” ungkapan ini sangat tepat jika dikaitkan dalam postingan di media sosial. Banyak oknum yang menggunakan bahasa kurang sopan dan terkesan menghina seseorang akhirnya harus mempertanggungjawabkan tulisannya dengan mendekam di penjara hanya karena membalas cuitan, komentar sesuatu yang membuat tersinggung seseorang. Oleh karena itu kemampuan menyampaikan tulisan sama pentingnya ketika Anda berbicara dengan orang lain secara langsung.

Kemampuan menyampaikan secara tulisan, tidak hanya terjadi pada interaksi antar individu tapi juga melibatkan interaksi yang lebih luas lagi hingga level publik atau masyarakat. Saat kita melihat iklan di televisi atau media sosial, tulisan yang muncul, *tagline* yang disampaikan, semuanya mengandung pesan persuasi yang bertujuan mengajak masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan. *Caption* yang ditulis pada postingan produk di Instagram juga mengandung muatan pesan promosi dengan tujuan pada minat beli khalayak. Meskipun komunikasi yang disampaikan melalui tulisan dapat dilakukan dalam berbagai aspek, namun komunikasi ini banyak digunakan dalam konteks formal. Di dalam lingkungan organisasi misalnya kita dapat menyampaikan pesan lewat tulisan melalui surat elektronik/*email*.



Gambar 7. Peristiwa komunikasi di dalam organisasi

Dalam upaya menghasilkan pesan tulisan yang efektif, beberapa hal di bawah ini dapat menjadi perhatian Anda saat berkomunikasi dengan orang lain:

1. Perhatikan subjek pada *email*. Pesan tulisan pada email harus memperhatikan *subject*-nya. Judul ini seperti halnya saat melihat *headline* surat kabar, maka hendaknya judul email juga menggambarkan isi pesan yang akan disampaikan. Jangan pernah menulis email tanpa *subject*, karena akan mengurangi kredibilitas Anda dalam menyampaikan pesan. Anda akan terlihat seperti terburu-buru dan tidak hati-hati dalam menyampaikan pesan.
2. Fokuskan pada inti pesan. Pesan yang disampaikan dalam *email* sebaiknya jangan terlalu berbelit-belit, karena dapat berpotensi menimbulkan kebingungan pada penerima pesan. Sampaikan sesuai tujuan Anda, tidak perlu menggunakan pembuka dalam kalimat yang terlalu panjang yang justru membuat pembaca tidak fokus pada inti pesan yang disampaikan.
3. Gunakan poin-poin dalam tulisan di pesan Anda. Jika Anda merasa bahwa pesan yang disampaikan terlalu banyak, sebaiknya Anda buat daftar poin-poin pesan Anda dalam bentuk penomoran. Untuk pesan yang menjelaskan tentang prosedur atau instruksi pekerjaan, akan lebih baik jika dibuat dalam poin-poin sehingga penerima pesan akan lebih mudah memahami.
4. Organisasi pesan. Dalam menyampaikan pesan tertulis, hendaknya Anda juga harus memperhatikan organisasi pesan, di awal paragraf Anda dapat menyampaikan salam dan maksud tujuan Anda, pada paragraph selanjutnya Anda menjelaskan inti pesan yang ingin disampaikan, lalu pada pada bagian

akhir Anda dapat menyampaikan penutup seperti harapan Anda serta ucapan terima kasih.

5. Perhatikan lawan bicara. Sama halnya seperti komunikasi lisan, dalam komunikasi tulisan juga perlu memperhatikan lawan bicara Anda. Sesuaikan bahasa yang disampaikan kepada lawan bicara penerima pesan *email*, terutama jika ada istilah yang tidak *familiar*, sebaiknya sederhanakan dengan mendeskripsikan istilah tersebut agar terjadi kejelasan informasi yang disampaikan, kecuali istilah tersebut sudah sangat dikenal oleh lawan bicara.

E. Panduan Efektif dalam Melakukan Komunikasi Verbal

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahasa bersifat arbitrer, ambigu dan abstrak, maka potensi kesalahpahaman dapat terjadi saat kita melakukan komunikasi. Selain itu, perbedaan individu dan budaya juga sangat mempengaruhi terjadinya interpretasi pada pesan. Namun resiko kesalahpahaman ini, meskipun tidak sepenuhnya bisa dihilangkan, setidaknya kita bisa meminimalisirnya dengan cara-cara yang efektif agar keberhasilan komunikasi, khususnya melalui komunikasi verbal tetap dapat berjalan dengan baik. Berikut empat hal yang dapat dilakukan para pelaku komunikasi (Wood, 2014):

1. *Engage in Person-Centered Communication* (Terlibat dalam dalam Komunikasi yang berpusat pada orang). Dalam melakukan komunikasi, kita sebaiknya berfokus pada siapa kita berbicara. Komunikator yang baik, mereka cenderung memahami lawan bicaranya, apa perspektifnya, bagaimana latar belakangnya. Misalnya seorang dokter saat berbicara tentang hal medis dengan rekan dokter lain tentu akan berbeda ketika dokter berbicara dengan pasien, dia harus menterjemahkan istilah medis agar mampu dipahami oleh pasiennya.
2. *Be Aware of Level Abstraction* (Menyadari tentang abstraknya suatu bahasa). Untuk dapat mengurangi kesalahpahaman dalam menyampaikan bahasa verbal kita harus menyadari bahwa bahasa seringkali abstrak. Seperti misalnya seorang dosen pembimbing skripsi mengatakan kepada mahasiswanya, “Tulisan kamu kurang berisi dan implementatif, silahkan diperbaiki”. Mungkin kalimat ini akan terdengar abstrak, karena kita tidak memahami apa yang diharapkan oleh dosen tersebut. Namun jika dosen tersebut menyatakan, “Tulisan kamu diperjelas kembali tentang bagaimana perusahaan mengimplementasikan bauran promosi pemasaran, yaitu aspek

periklanan, penjualan personal, kehumasannya dan promosi penjualannya, silahkan diperbaiki,” akan lebih konkrit dan dipahami oleh mahasiswanya.

3. *Qualify Language* (Memenuhi Syarat dalam Konteks Bahasa). Salah satu strategi untuk memperjelas pesan komunikasi adalah dengan memenuhi syarat dalam konteks bahasa yang kita sampaikan. Pertama, bahasa yang kita gunakan memenuhi syarat generalisasi sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi diri kita maupun orang lain. Misalnya saat kita mengatakan “politikus bengkok” mungkin tidak semua orang paham dengan istilah ini, akan lebih jelas jika mengatakan, “Politikus saat ini banyak yang tidak jujur.” Kedua, kita juga harus memperhatikan aspek syarat bahasa dalam mendeskripsikan dan mengevaluasi orang. Misalnya saat kita mengatakan, “Dia tidak teliti”, pada kalimat ini kita tidak bisa menggeneralisir bahwa dia tidak teliti secara keseluruhan, karena bisa saja pada pekerjaan A dia tidak teliti, tapi pada kesempatan lain ditugaskan pekerjaan B dia teliti. Kita dapat memperjelas kalimat kita misalnya dengan mengatakan, “Dia tidak teliti saat saya menugaskannya pada pembukuan perusahaan akhir bulan yang lalu,” akan terdengar kita memfokuskan pada konteks dan situasi saat kita menjelaskan tentang kinerja orang yang dimaksud.



KOMUNIKASI NONVERBAL YANG EFEKTIF

A. Pengertian Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata namun tetap menyampaikan suatu makna. Setiap individu disadari atau tidak disadari pernah melakukan komunikasi nonverbal. Dalam keadaan diam pun, individu dapat menyampaikan pesannya. Saat seseorang sedang bingung, dengan menunjukkannya lewat mengerutkan dahinya kita dapat menduga bahwa orang tersebut sedang berpikir keras terhadap pesan yang dia terima. Jika kita dapat memahami dengan baik komunikasi nonverbal, hal ini akan membantu kita untuk dapat bersikap selama proses komunikasi terjadi. Pada kasus tadi misalnya, kita dapat mengulang kembali atau menyederhanakan pesan agar lawan bicara memahami pesan yang kita sampaikan.

Tabel 1.

Perbedaan Komunikasi Verbal dan Nonverbal (Beauchamp & Baran, 2017)

	VERBAL COMMUNICATION	NONVERBAL COMMUNICATION
Similarities	Guided by rules, conventions Symbolic Influenced by culture Intentional or unintentional	
Differences	Less honest	More honest
	Involves seeing and hearing	Uses all senses
	Begins and ends	Flows continuously

Meskipun komunikasi nonverbal tidak dilakukan melalui kata-kata, namun jenis komunikasi ini memiliki tingkat kejujuran yang tinggi. Seseorang jarang dapat menyembunyikan pesan nonverbalnya dibandingkan dengan kata-kata verbal. Contoh sederhana saat seseorang menerima tawaran dari temannya, ia mungkin saja dapat mengatakan, “Oh iya baik saya setuju bertemu besok,” namun ia menyampaikannya dengan wajah kurang semangat dan tanpa senyuman, pesan nonverbal ini justru yang paling memberikan kejujuran, dimana sesungguhnya ia tidak terlalu tertarik dengan tawaran tersebut, kata-kata setuju yang ia sampaikan hanya sekedar membuat lawan bicaranya tidak tersinggung. Jika Anda jeli memahami pesan nonverbalnya, Anda mungkin akan lebih baik menjawabnya dengan kalimat, “Kalau kamu sibuk, kita tunda saja, kapan-kapan saja kita bertemu kembali, saya tunggu kamu yang undang saja ya.” Cara lain kita dapat menanyakannya dengan menanyakan apakah dia sibuk atau sedang ada acara untuk memastikan bahwa tawaran yang kita sampaikan tidak menjadi beban untuknya.

Komunikasi nonverbal layaknya menyelami sisi psikologis seseorang. Anda dapat memahami seseorang tanpa kata-kata yang ia ucapkan. Selain memahami lawan bicara, kita juga harus memahami penggunaan komunikasi nonverbal agar pesan yang kita sampaikan kepada lawan bicara tidak menimbulkan interpretasi yang bertolak belakang dengan kata-kata yang kita ucapkan. Misalnya saat Anda menerima kabar bahagia dari teman karena ia berhasil diterima di perusahaan yang ia impikan, maka Anda dapat menyampaikannya secara langsung dengan kalimat, “Wah senang sekali kamu akhirnya diterima di perusahaan impianmu”, dengan ekspresi senang, senyum terbuka, menjabat tangannya, bahkan jika ia termasuk teman dekat, Anda bisa memeluknya. Dengan demikian, kata-kata yang Anda ucapkan sejalan dengan komunikasi nonverbal yang disampaikan.

B. Jenis-jenis Komunikasi Nonverbal

Dalam mempelajari komunikasi nonverbal, kita dapat memahaminya dengan kemampuan dalam membedakan jenis-jenis simbol yang biasa digunakan dalam berinteraksi dengan orang lain. Simbol-simbol tersebut dapat dibedakan kedalam beberapa perbedaan, yaitu gerakan tubuh, ekspresi wajah, penampilan, penggunaan konsep jarak, penggunaan konsep waktu, sentuhan, suara/bunyi vokal, pakaian, serta benda-benda yang dapat merujuk pada makna tertentu.



Gambar 8. Contoh Simbol Nonverbal

1. Gerakan tubuh. Saat berinteraksi dengan orang lain, terutama saat tatap muka kita secara tidak langsung akan menunjukkan gerakan tubuh. Misalnya saat kita tertarik dengan topik yang dibahas, kita cenderung akan mengarahkan tubuh kita kepada lawan bicara, sebaliknya jika tidak Saat presentasi, orang akan menggerakkan tangannya sebagai pertanda memberikan kejelasan pada isi pesan yang disampaikan.
2. Ekspresi wajah. Jika ada istilah “wajah adalah jendela hati,” mungkin ini menjadi istilah yang tepat untuk menggambarkan jenis simbol nonverbal yang kedua. Melalui ekspresi wajah, kita dapat memahami apa yang sedang dialami orang tersebut. Jika ia tampak senang, ditunjukkannya dengan senyum lebar, sebaliknya jika sedih atau letih ia akan memperlihatkan ekspresi muram, mata terlihat sayu dan sebagainya.
3. Konsep jarak/*space*. Dalam memahami konsep jarak, Hall (dalam Pearson, 2011) membaginya menjadi empat bagian yaitu jarak intim, jarak personal, jarak sosial dan jarak publik. Jarak intim biasanya menunjukkan hubungan yang sangat dekat, misalnya sepasang suami istri, kekasih, yang dengan jarak tersebut memberi makna tentang kasih sayang, kenyamanan dan perlindungan. Jarak personal ditunjukkan dengan jarak 18 inch hingga 4 *feet*, biasanya diperlihatkan pada seseorang yang memiliki hubungan dekat, misalnya saat terjadi interaksi percakapan kepada sahabat, orang tua dengan anaknya. Jarak sosial ditunjukkan dengan jarak 4 hingga 12 *feet*, interaksi yang terjadi misalnya saat rapat dengan rekan bisnis, teman kerja, dan lain-lain. Sedangkan jarak publik ditunjukkan dengan jarak lebih dari 12

feet, biasanya banyak dilakukan saat seseorang melakukan pembicaraan di tempat umum, seperti seminar, kuliah umum dan lain-lain.

4. Konsep waktu. Pada penggunaan konsep waktu, kita dapat membaginya kedalam tiga bagian yaitu masa lalu, sekarang dan masa depan. Orang dengan konsep waktu masa lalu, akan cenderung menghargai tentang apa saja yang terjadi di masa lalunya, sedangkan bagi mereka yang menganggap masa lalu adalah sejarah, konsep masa sekarang menjadi pilihannya. Karena bagi mereka nikmati hidup yang sekarang bukan yang sudah berlalu. Berbeda halnya bagi mereka yang memiliki konsep waktu masa depan, akan cenderung semangat memikirkan rencana-rencana masa depannya.
5. Sentuhan. Simbol nonverbal yang juga dapat dipelajari adalah sentuhan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara Anda memperlakukan orang lain lewat sentuhan. Orang yang memiliki hubungan dekat, akan dengan nyaman menyentuh lawan bicaranya, berbeda halnya dengan orang yang tidak dekat atau Anda tidak mengenalnya, maka sentuhan menjadi hal tidak ingin dilakukan. Konsep sentuhan ini berkaitan juga dengan konteks budaya yang terjadi. Di Indonesia misalnya, sentuhan dengan berjabat tangan antara laki-laki dan perempuan pada beberapa budaya tidak diperbolehkan karena mengacu pada keyakinan agamanya.
6. Suara/bunyi vokal. Tanda nonverbal suara/bunyi yang dikeluarkan melalui suara akan memberi makna tertentu pada pesan yang disampaikan. Misalnya pada kalimat, “Masuk” namun dengan suara yang lantang dan dengan penekanan, orang mungkin akan menilainya Anda sedang marah, namun berbeda halnya jika kata yang sama tadi Anda katakan dengan suara yang lembut, orang tidak akan memberikan persepsi Anda sedang marah.

Perbedaan pada simbol-simbol di atas tidak dapat digeneralisasi. Bisa saja simbol yang sama dimaknai secara berbeda, bergantung pada konteks budaya, kepercayaan dan pengalaman yang dimiliki oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

C. Hubungan Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi nonverbal bekerja secara bersamaan dengan kata-kata verbal yang diucapkan saat seseorang melakukan komunikasi. Hubungan tersebut berkaitan dengan peran komunikasi nonverbal dalam komunikasi, yaitu fungsi mengulangi, menekankan, melengkapi, menjelaskan pertentangan, menggantikan dan mengatur. Berikut kita akan bahas fungsi tersebut satu persatu (Pearson et al, 2011):

- Mengulangi. Peran nonverbal mengulangi dapat terjadi ketika pesan yang sama dikirim secara verbal dan nonverbal. Misalnya saat Anda ingin mengarahkan orang sebuah jalan, Anda mengatakan, “Ke arah kanan,” secara bersamaan Anda memberikan telunjuk Anda ke arah kanan.
- Menekankan. Komunikasi nonverbal dengan fungsi menekankan adalah penggunaan isyarat untuk memperkuat pesan Anda. Misalnya saat Anda memeluk teman Anda yang sedang sedih, menjadi penekanan bahwa Anda benar-benar ikut merasakan kesedihannya dibandingkan hanya mengucapkan kalimat, “Saya sedih”.
- Melengkapi. Dalam konteks ini peran simbol nonverbal adalah menjadi pelengkap atas pesan verbal yang disampaikan. Kode verbal dan nonverbal menambah makna dan makna tersebut dapat menjadi berkembang. Nada suara, gerak tubuh, secara keseluruhan dapat menggambarkan situasi perasaan seseorang dan mampu melampaui pesan verbal yang disampaiakannya. Misalnya saat orang mendapatkan undian berhadiah, selain dia mengucapkan kalimat “Saya senang ini adalah hadiah terindah,” ia lengkapi dengan teriakan, melompat-lompat dan memeluk temannya, itu adalah tanda bahwa ia benar-benar bahagia dengan berita yang baru saja diterimanya tersebut.
- Menjelaskan pertentangan/kontradiksi. Hal ini terjadi ketika pesan verbal dan nonverbal bertentangan. Misalnya saat Anda baru saja dimarahi oleh dosen, namun Anda mengatakan kepada teman Anda, “Saya baik-baik saja,” disaat yang bersamaan Anda tidak dapat menutupi perasaan Anda, wajah Anda murung dan terlihat sedih. Dari sini lawan bicara akan tahu bahwa sesungguhnya suasana hati Anda sedang tidak baik.
- Menggantikan. Fungsi ini terjadi ketika pesan nonverbal menggantikan pesan verbal yang ingin Anda sampaikan. Seperti memberi tanda jempol untuk menggantikan kata ok, setuju, bagus. Contoh lain misalnya Anda cukup mengangguk kepala sebagai tanda setuju.
- Mengatur. Fungsi nonverbal yang terakhir adalah mengatur, dalam hal berkaitan dengan penggunaan kode nonverbal untuk memantau dan mengontrol perilaku Anda dengan orang lain. Misalnya saat ada orang lain mengajak Anda bicara, Anda akan menoleh kepada orang tersebut sebagai tanda Anda mendengarkannya, atau justru Anda berusaha menghindar atau menjauh dari orang yang telah menyakiti atau membuat Anda marah.

D. Komunikasi Nonverbal dan Teknologi

Komunikasi nonverbal sering terjadi dengan melibatkan interaksi tatap muka, namun di era saat ini komunikasi yang dijalankan sudah banyak melibatkan perantara media dalam penyampaian pesan. Kita dapat menggunakan teknologi telepon genggam atau komputer saat proses komunikasi terjadi. Komunikasi nonverbal memungkinkan terjadi melalui perangkat teknologi tersebut. Lewat suara yang disampaikan melalui telepon genggam, orang dapat merasakan situasi hati lawan bicaranya. Misalnya ketika dia terbata-bata dalam berbicara, meskipun kita tidak melihat wajahnya, melalui suara orang dapat mengetahui bahwa lawan bicaranya sedang gugup, berbohong dan lain sebagainya. Melalui tatap muka maya menggunakan aplikasi Zoom, tatap muka dapat terjadi melalui kamera yang dihidupkan yang memungkinkan para pihak yang terlibat dalam komunikasi menunjukkan pesan nonverbal.



Gambar 9. Komunikasi Nonverbal dengan Teknologi Komputer

Menghadapi tantangan teknologi dalam komunikasi nonverbal, ada dua pertanyaan penting yang dapat kita pelajari: Pertama, apakah teknologi mampu menghilangkan peran simbol nonverbal dalam proses berkomunikasi? Kedua, Apakah penggunaan teknologi memungkinkan terjadinya pesan nonverbal tidak berjalan efektif? Menurut Knapp, et al. (2014), untuk menjawab pertanyaan tersebut adalah bergantung pada jenis media yang digunakan. Komunikasi melalui fitur *chat* misalnya, kemunculan nonverbal mungkin akan lebih sedikit karena dalam dalam *chat* individu banyak melakukannya dengan memberi

teks atau tulisan. Namun, teks yang ditambahkan dengan *sharing*/berbagi foto/gambar, fitur pesan suara, hingga *emoticon* yang diberikan antara pihak yang berkomunikasi, juga dapat memunculkan pesan nonverbal. Tulisan yang ditulis dengan *bold*, huruf kapital juga memberikan makna nonverbal tersendiri pada pesan tersebut.

Bahkan masih menurut Knapp (2014), bentuk komunikasi yang banyak melibatkan verbal seperti SMS atau *email* tidak sepenuhnya tanpa pesan nonverbal, misalnya saat seseorang mengirim pesan di pagi hari, namun lawan bicara membalasnya sore atau malam hari, akan cenderung diartikan bahwa pesan tersebut tidak penting, lawan bicara lupa atau cenderung mengabaikan pesan tersebut. Panjang pendeknya sebuah jawaban juga mengisyaratkan bagaimana pesan nonverbal sedang ditunjukkan. Saat seseorang menjawab pesan dengan singkat, tidak detil juga dapat diartikan bahwa mungkin ia sedang sibuk, tidak tertarik untuk membahas persoalan yang ia terima melalui fitur *chat* tersebut.

Konteks makna nonverbal dalam pengiriman pesan menggunakan teknologi tidak hanya dilihat dari sisi penerima, namun juga dapat dilihat dari sisi pengirim pesan. Misalnya saat pengirim menyampaikan pesan dengan banyak kesalahan *typo* (ejaan), tulisan terlalu banyak disingkat, pemilihan huruf dan kata yang tidak sesuai dengan lawan bicaranya, akan menunjukkan seberapa besar kredibilitas pengirim pesan dinilai oleh lawan bicara.

Dalam penggunaan teknologi seperti tatap muka maya, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat menunjukkan pesan nonverbal. Orang yang sedang berada dalam rapat perusahaan, namun tidak mengaktifkan kamera padahal rekannya yang lain melakukannya, akan menimbulkan persepsi bahwa orang tersebut mungkin tidak dalam situasi yang siap untuk rapat, ada kegiatan lain, tidak berminat atau bahkan dianggap sebagai pegawai yang malas. Dalam interaksi obrolan dengan menggunakan tatap muka maya meskipun gerakan tubuh tidak banyak dapat dinilai, namun mimik wajah berperan besar dalam menghasilkan pesan nonverbal. Dengan kata lain, efektivitas nonverbal dengan menggunakan teknologi tetap dapat terjadi dengan baik selama kita mampu memanfaatkan teknologi tersebut dalam upaya menghasilkan pesan komunikasi yang efektif.

E. Membangun Komunikasi Nonverbal yang Efektif

Sama halnya dengan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal juga dapat menimbulkan misinterpretasi jika tidak dilakukan dengan benar. Namun untuk mengurangi misinterpretasi tersebut, kita dapat menguranginya dengan melakukan hal-hal berikut ini selama melakukan interaksi dengan orang lain. Menurut Wood (2014), setidaknya ada dua poin penting yang harus menjadi perhatian yaitu mengontrol komunikasi nonverbal yang kita lakukan dan menafsirkan simbol nonverbal orang lain secara tentatif.

1. Mengontrol Komunikasi Nonverbal. Saat berinteraksi dengan orang lain, tentunya setiap orang ingin dianggap memiliki kepribadian yang baik. Salah satu caranya dengan menunjukkan simbol-simbol nonverbal yang dapat diakui secara umum merupakan hal yang positif. Misalnya ketika rekan kerja Anda mengajak berbicara dengan Anda, bentuk nonverbal yang Anda lakukan adalah menjaga kontak mata dengannya, atau saat menyapa orang lain Anda menunjukkan senyuman. Begitupula dengan pengaturan jarak kepada teman dekat, Anda dengan mudah mengatur jarak *personal space*, dan ketika di tempat umum bersama dengan orang-orang yang baru Anda jumpai, Anda akan melakukan *public space*.
2. Menafsirkan simbol nonverbal orang lain secara tentatif. Tentatif dalam hal ini diartikan bahwa saat kita mengartikan simbol tersebut secara tidak pasti dan masih dapat berubah. Tidak semua simbol yang kita lihat maknanya selalu sama. Seperti orang yang sedang duduk berdekatan tidak bisa kita maknai bahwa mereka saling suka, bahkan bisa jadi mereka tidak saling mengenal namun karena di tempat umum (restoran), ketersediaan tempat duduk memungkinkan mereka menjadi duduk secara berdekatan. Sama halnya sepasang suami istri yang duduknya justru berjauhan karena salah satu diantara mereka sedang sakit flu.

Lantaran komunikasi nonverbal yang memiliki sifat ambigu dan personal, kita tidak dapat mengartikannya secara pasti. Pertimbangan dalam memaknai makna simbol nonverbal sebaiknya menggunakan etika dalam komunikasi agar interpretasi yang didapat sesuai dengan konteksnya. Ada dua keahlian yang harus menjadi pertimbangan dalam menilai simbol nonverbal, yaitu keahlian dalam melihat situasi personal dan keahlian dalam melihat situasi kontekstual. Pada situasi personal, kita dapat mengartikan bahwa setiap pesan nonverbal tidak bisa diartikan sama pada setiap individu karena bersifat personal. Misalnya saat kita mengartikan bahwa kontak mata adalah tanda ia tertarik dengan interaksi atau obrolan, namun ketika dalam situasi lain kita

melihat ada orang yang menutup mata bukan berarti ia sedang tidak tertarik, tapi saat itu ia sedang serius dan konsentrasi mendengarkan sesuatu. Atau saat orang duduk pada posisi tidak tegap, pada situasi tertentu kita bisa mengartikan bahwa ia tidak tertarik dengan pembicaraan, namun pada situasi lain bisa jadi karena ia sedang sakit dan terlihat lemah.

Selanjutnya adalah memahami simbol nonverbal sesuai dengan konteksnya. Dalam hal ini kita harus memahami bahwa setiap orang akan melakukan simbol nonverbal sesuai konteks, situasi dan tempatnya. Contoh sederhana saat kita di rumah, kita mungkin akan lebih santai dibandingkan di tempat kerja. Orang cenderung lebih percaya diri ketika berada di lingkungannya dibandingkan di tempat baru, dan orang juga cenderung memperhatikan pakaian ketika berada di situasi yang berbeda, misalnya pemakain jas atau *blazer* saat akan melakukan wawancara pekerjaan dan kaos/*t-shirt* untuk piknik bersama keluarga.

Simbol nonverbal yang terjadi di masyarakat tidak bisa diartikan sama, karena banyak simbol-simbol tersebut mencerminkan nilai-nilai dan budaya tertentu. Kita tidak bisa menilai makna nonverbal orang lain sama dengan nilai dan budaya yang kita anut. Oleh karena itu, tanggung jawab etis dalam penilaian nonverbal saat kita berinteraksi dengan orang lain menjadi hal penting yang harus kita miliki.



KOMUNIKASI ANTAR PERSONA YANG EFEKTIF

A. Pengertian Komunikasi Antar Persona

Komunikasi interpersonal atau antar persona adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang memiliki keterlibatan hubungan. Menurut Devito (2013), jenis komunikasi ini pada umumnya bersifat *dyadic* (dua orang), namun tidak menutup kemungkinan terjadi dalam kelompok kecil seperti keluarga. Meskipun dalam keluarga, konteks *dyadic* tetap terlihat dari komunikasi yang terjadi antara seorang ibu dengan seorang anak, suami ke istri, anak laki-laki ke anak perempuan, dan seterusnya.

Konteks interpersonal juga dapat dilihat dari suatu hubungan yang terjadi, dimana dalam hubungan tersebut adanya saling keterhubungan. Keterhubungan di sini berarti suatu tindakan seseorang akan berpengaruh dan berdampak bagi orang lain. Misalnya saat seorang anak memiliki masalah kriminal di kantor polisi, bisa jadi akan berdampak pada kehidupan orang tuanya, adiknya, kakaknya, bahkan keluarga besarnya.



Gambar 10. Gambaran Komunikasi Antar Persona

Lantaran komunikasi antar persona berlandaskan pada hubungan, penerapan komunikasi yang terjadi dilakukan dengan cara yang berbeda bergantung relasi seperti apa yang terjadi diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Cara individu berkomunikasi dengan orangtuanya tentu berbeda ketika ia berbicara dengan tetangganya, temannya dan orang lain di sekitarnya. Sama halnya seperti kita berkomunikasi melalui media sosial alan berbeda ketika kita berkomunikasi secara tatap muka langsung.

Di dalam komunikasi antar persona ini, cara individu berinteraksi akan menentukan arah hubungan selanjutnya. Jika Anda ramah kepada orang lain, memungkinkan hubungan akan semakin hangat dan menjadi hubungan persahabatan. Namun sebaliknya jika hubungan dimulai dengan kebencian, kemarahan, menentukan arah hubungan yang buruk yang membuat Anda bermusuhan dengan orang tersebut.

B. Prinsip-prinsip Komunikasi Antar Persona

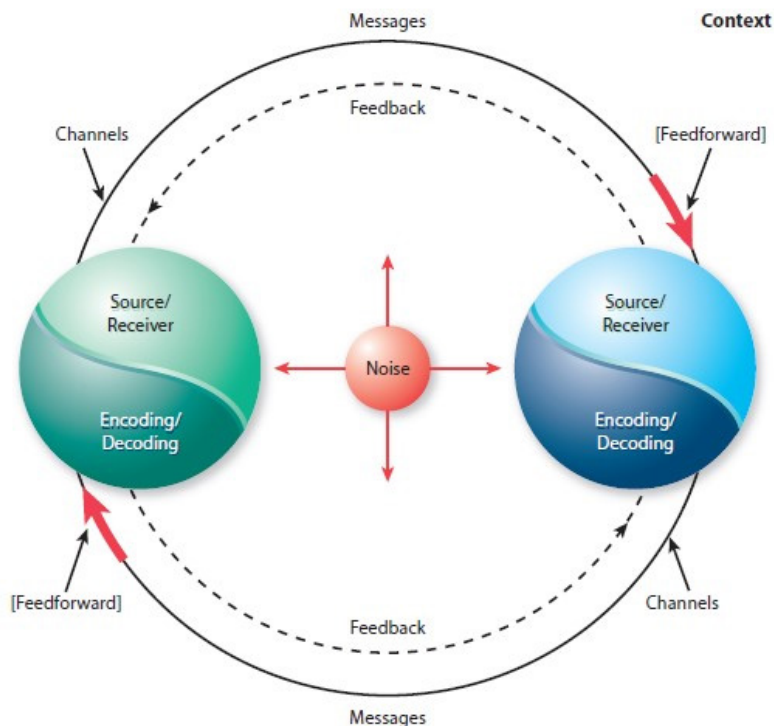
Dalam memahami komunikasi antar persona, hendaknya kita juga memahami prinsip-prinsip dalam komunikasi antar persona (DeVito, 2013):

1. Komunikasi antar persona adalah proses komunikasi transaksional, dimana di dalamnya melibatkan sebuah proses, yang berkelanjutan dan unsur-unsur didalamnya saling bergantung. Dalam hal ini, komunikasi antar persona selalu terjadi dan berubah, karena apa yang terjadi kemarin belum tentu sama dengan apa yang akan terjadi hari ini.
2. Komunikasi antar persona memiliki tujuan, diantaranya untuk belajar, berhubungan, mempengaruhi, membantu dan lain-lain
3. Komunikasi antar persona bersifat ambigu. Pesan yang sama dapat diartikan secara berbeda oleh orang yang berbeda.
4. Hubungan dalam komunikasi antar persona bersifat simetris atau saling melengkapi dimana interaksi yang terjadi dari komunikasi antar persona dapat merangsang perilaku yang sama atau berbeda
5. Komunikasi antar persona mengacu pada konten dan hubungan antar partisipan yang terlibat.
6. Komunikasi antar personal bersifat *punctuated* (diselingi), yaitu semua orang memisahkan urutan komunikasi menjadi stimulus dan tanggapan atas dasar perspektifnya sendiri.
7. Komunikasi antar persona tidak dapat dihindari, tidak dapat diubah dan tidak dapat diulang. Kita tidak dapat membatalkan apa yang telah kita

sampaikan dan mungkin juga tidak dapat mengulang apa yang disampaikan dengan tepat dan sama.

C. Model Komunikasi Antar Persona

Untuk memahami lebih jauh tentang komunikasi antar persona, pada bagian ini kita akan melihat satu model komunikasi antar persona yang dirancang oleh DeVito (2013) untuk mencerminkan sifat melingkar dari komunikasi antar persona. Ada poin-poin penting yang menjadi bahasan dalam model ini, yaitu: sumber-penerima, *encoding-decoding*, pesan (umpan balik-umpan maju), saluran, gangguan, konteks dan tambahan poin penting meskipun tidak masuk dalam model, yaitu etika.



Gambar 11. Model Komunikasi Antar Persona (DeVito, 2013)

1. Sumber-penerima. Dalam komunikasi antar persona melibatkan setidaknya dua orang, dimana setiap individu menjalankan fungsi sebagai pengirim dan juga menerima pesan. Siapa Anda, nilai-nilai apa yang dipercaya, apa yang Anda harapkan akan berpengaruh dengan apa yang Anda ingin sampaikan dan bagaimana cara Anda menyampaikannya. Demikian juga saat Anda

berbicara dengan orang lain, dipengaruhi juga oleh pengetahuan apa yang Anda miliki tentang orang tersebut, nilai-nilai apa yang ia miliki. Karena pada dasarnya setiap manusia adalah unik, dimana dalam memperlakukan mereka juga disesuaikan dengan kondisinya.

2. *Encoding-decoding*. *Encoding* mengarah pada tindakan yang menghasilkan suatu pesan seperti berbicara, menulis. Sedangkan *decoding* merujuk kepada tindakan memahami pesan, contohnya membaca atau mendengarkan. Untuk menjalankan komunikasi antar persona, pesan harus diencode dan didecode (dikodekan dan didekodekan), misalnya saat Anda berbicara dengan orang lain, namun ia menutup matanya dan menutup telinganya dengan headset karena mendengarkan music, proses pengiriman pesan tidak akan terjadi.
3. Pesan. Pesan merupakan sinyal yang memiliki fungsi sebagai rangsangan bagi penerima dan diterima oleh salah satu Indera, seperti melihat, mendengar, menyentuh, mencium atau kombinasi dari Indera-indera tersebut. Cara Anda berjalan, berjabat tangan, berpakaian, pemilihan profil foto pada media sosial mengkomunikasikan tentang siapa Anda. Dalam pesan ada yang disebut *feedback* atau umpan balik, yaitu respon yang diterima oleh pengirim pesan kepada penerima pesan. Umpan balik ini berguna untuk pembicara agar dapat menyesuaikan, memperkuat, mengubah, memodifikasi isi pesan. Sedangkan umpan maju atau *feedforward* adalah informasi yang diberikan sebelum mengirim pesan. Umpan maju ini mengungkapkan tentang pesan yang akan disampaikan, sama halnya seperti buku terdapat kata pengantar, pendahuluan, sampul buku, daftar isi, pratinjau, dan sebagainya.
4. Saluran komunikasi. Saluran komunikasi adalah medium yang digunakan sebagai penghantar pesan. Medium menjadi penghubung antara pengirim dan penerima pesan. Misalnya saat Anda berbicara sekaligus mendengarkan, saluran yang muncul yaitu saluran vokal dan pendengaran. Saat Anda menyampaikan isyarat sinyal dan menerima sinyal visual, saluran yang digunakan adalah saluran *gesture* dan visual. Saluran komunikasi juga dapat berupa alat yang membantu terciptanya sebuah komunikasi, misalnya tatap muka langsung, telepon, email, surat, Twitter, Instagram, televisi dan lain-lain.
5. Gangguan (*noise*). Gangguan dalam hal ini mengacu pada segala hal yang menyebabkan distorsi pesan. Gangguan dapat beragam, mulai dari suara yang bising, gangguan psikologis penerima (bagian ini telah dibahas pada buku ini di bab II).
6. Konteks. Komunikasi berlangsung berdasarkan konteks, situasi dan lingkungan saat komunikasi terjadi yang mempengaruhi bentuk dan isi

pesan yang disampaikan. Misalnya perbedaan saat Anda berkomunikasi di rumah teman yang sedang berduka tentu berbeda saat Anda berkomunikasi di sebuah pertandingan sepakbola, atau menonton konser musik.

7. Etika. Lantaran komunikasi memiliki konsekuensi, komunikasi antar persona juga melibatkan etika, dimana setiap tindakan memiliki konsekuensi moral, sikap benar atau salah. Cara Anda menghormati orang lain saat bicara, kejujuran, mengatakan sesuatu dengan sopan dan etis adalah bentuk tanggungjawab Anda saat berkomunikasi, termasuk dalam melakukan komunikasi antar persona.

D. Memahami Teori-teori Peraturan Hubungan (Relationship Rules)

Dalam membina komunikasi antar persona yang berkembang ke arah yang positif, diperlukan pemahaman akan pentingnya memahami aturan-aturan yang berlaku pada suatu hubungan. Hubungan yang berjalan sesuai aturan yang disepakai akan berjalan harmonis dan meningkatkan kualitas hubungan yang baik, begitupun sebaliknya hubungan yang dilakukan dengan melanggar aturan akan membuat hubungan menjadi buruk. DeVito (2013) membagi teori-teori peraturan dalam hubungan ke dalam empat bagian, yaitu aturan dalam hubungan persahabatan (*friendship rules*), aturan hubungan percintaan/romantisme (*romantic rules*), dan aturan hubungan dalam keluarga (*family rules*) dan aturan di tempat kerja (*workplace rules*)

- *Friendship rules* (aturan dalam hubungan persahabatan). Dalam menjalani persahabatan jika para partisipan yang terlibat saling taat pada aturan maka memungkinkan persahabatan tersebut menjadi kuat dan saling memuaskan. Salah satu bentuk sikap yang dapat ditunjukkan misalnya membela teman Anda saat dia tidak ada, berbagi informasi tentang kesuksesan yang Anda dapatkan, memberikan dukungan emosional saat dia sedang memiliki masalah, dan membuatnya bahagia saat Anda bersamanya. Sebaliknya, hubungan persahabatan akan bermasalah ketika misalnya Anda tidak toleran, membahas kepercayaannya yang berbeda dengan Anda, tidak menjaga rahasia teman Anda, terlalu banyak bicara, sehingga Anda terkesan dominan. Strategi mempertahankan persahabatan tergantung dari seberapa banyak pengetahuan yang Anda miliki dalam komitmen menjaga persahabatan itu sendiri, Semakin Anda paham akan aturan dalam persahabatan, semakin baik hubungan persahabatan yang Anda jalin.
- *Romantic rules* (aturan hubungan dalam percintaan/romantisme). *Romantic rules* berkaitan dengan cara pandang orang dalam memandang sebuah

hubungan dekat. Dalam konteks ini kita dapat menggambarkan aturan dalam hubungan percintaan kepada sepasang kekasih. Perlu dipahami bahwa aturan dalam hubungan percintaan memiliki perbedaan bergantung pada budaya masing-masing individu. Misalnya orang Amerika berpacaran dengan orang Indonesia, tentu memiliki cara aturan yang berbeda dalam memandang sebuah hubungan. Misalnya orang Amerika percaya bentuk kasih sayang dapat ditunjukkan lewat ciuman di bibir, sedangkan bagi orang Indonesia kasih sayang ditunjukkan dengan ciuman di kening. Meskipun banyak terdapat perbedaan sesuai konteks budaya dan pengalaman individu, namun ada aturan-aturan yang diakui secara universal, yaitu: pertama, masing-masing mengakui memiliki kehidupan di luar hubungan, hal ini berkaitan erat dengan bagaimana setiap individu yang terlibat dapat saling menjaga *privacy* pasangannya; aturan kedua, yaitu masing-masing sepakat dan menyatakan sikap dan minat yang sama; ketiga, saling menguatkan satu sama lain; keempat saling terbuka dan tulus dalam menjalin hubungan; kelima, setia satu sama lain; keenam, menghabiskan banyak waktu bersama.

- *Family rules* (aturan dalam hubungan keluarga). Sama halnya dengan aturan dalam persahabatan dan kekasih, di dalam lingkungan keluarga juga memiliki aturan yang jika Anda patuhi maka hubungan keluarga akan semakin kuat dan harmonis. Seperti misalnya cara Anda menjaga sikap dengan anggota keluarga, kepada ayah, ibu, adik dan kakak, sepupu, kakek dan nenek; bagaimana Anda menjaga rahasia dalam keluarga, apa saja hal-hal yang perlu disampaikan di luar anggota keluarga; bagaimana Anda menjaga kehormatan keluarga adalah menjadi aturan-aturan yang dapat dilakukan dalam menjaga keharmonisan keluarga. Meskipun aturan dalam keluarga banyak memiliki kesamaan dengan keluarga di dunia, namun ada perbedaan yang dapat ditunjukkan. Georgas et al. (dalam DeVito, 2013) menyebutkan bahwa keluarga yang menganut paham kolektivis cenderung membatasi keluarga dari informasi-informasi di luar sebagai upaya menjaga ancaman dari luar. Namun keluarga dengan konsep kolektivis ini pada situasi tertentu dapat merugikan, misalnya ketika terjadi masalah KDRT wanita jarang mau melapor karena ada anggapan masalah tersebut memalukan dan dapat merusak citra keluarga.
- *Workplace Rules* (aturan di tempat kerja). Setiap perusahaan memiliki aturan tertentu bergantung pada budaya organisasi yang ada dalam perusahaan tersebut. Kebijakan tentang jam kerja, cara berpakaian, aturan dalam menyampaikan keluhan merupakan contoh bagaimana sebuah perusahaan menerapkan aturannya. Namun meskipun setiap organisasi memiliki budaya

masing-masing, namun ada sejumlah aturan umum yang hampir dimiliki oleh seluruh perusahaan, seperti bersikap kooperatif, tidak korupsi, tidak melakukan pelecehan seksual, bersikap sopan, apalagi terhadap klien atau pelanggan.

E. Membangun Hubungan Antar Persona yang Efektif

Kualitas komunikasi antar persona yang baik akan menentukan keberhasilan hubungan Anda dengan orang lain dalam konteks yang lebih luas. Keharmonisan Anda di dalam lingkungan terkecil seperti keluarga dapat mempengaruhi hubungan sosial dengan individu lainnya dalam konteks masyarakat. Untuk itu Anda perlu membangun hubungan komunikasi antar persona yang efektif. Hubungan antar persona tidak hanya terjadi pada level keluarga, pasangan, kekasih, sahabat, namun juga dapat terjalin dalam lingkungan kerja, lingkungan tempat tinggal.

Di era media baru saat ini, komunikasi antar persona juga tidak hanya dilakukan secara tatap muka langsung, namun juga menggunakan media, seperti telepon, media sosial, *email* dan lain sebagainya yang memungkinkan Anda berinteraksi dan berkomunikasi. Apapun media komunikasi antar persona yang dilakukan, namun cara Anda membangun hubungan komunikasi antar persona berlaku dalam konteks dan media apapun. Berikut adalah tips-tips yang dapat meningkatkan hubungan antar persona:

1. Bersikap baik, dapat ditunjukkan dengan sikap sopan, ramah, menyenangkan dan tidak mengkritik orang di hadapan umum, apalagi jika kritik yang Anda berikan bersifat personal yang justru akan melukai hati orang lain.
2. Jujur dan terbuka. Untuk mendapatkan kualitas komunikasi antar persona Anda dituntut untuk jujur dan terbuka. Jika Anda sekali melakukan kebohongan orang cenderung akan ragu dengan kepercayaan Anda kembali, dan perlu diingat membangun kepercayaan Kembali kepada orang yang pernah dibohongi tidaklah mudah, karena orang akan selalu mengingat apa yang pernah Anda lakukan.
3. Memberikan rasa kenyamanan. Jika hubungan yang terjalin adalah hubungan teman atau persahabatan berikan kenyamanan sahabat Anda saat bersama, ekspresikan perasaan cinta Anda kepada orang yang Anda cintai.
4. Komunikasi. Komunikasi menjadi pondasi dalam sebuah hubungan komunikasi antar persona. Sekedar membuka obrolan, menanyakan kabar adalah bentuk perhatian yang dapat menciptakan keharmonisan suatu

hubungan. Komunikasi juga dapat dilakukan ketika terjadi masalah, dibicarakan bersama dan dicarikan solusi secara bersama.

5. Bersikap empati. Memiliki sikap empati akan memberi dampak pada terciptanya hubungan yang harmonis dalam komunikasi antar persona. Dalam hal ini ketika Anda mampu menempatkan posisi Anda kepada teman atau partner Anda adalah bentuk empati yang dapat ditunjukkan. Misalnya saat seorang teman bercerita bahwa ia memiliki masalah dengan orang tuanya, kita dapat mengatakannya dengan, “Sepertinya hubunganmu dengan orang tua semakin rumit, saya bisa merasakan betapa beratnya kamu menghadapi masalah ini sendiri.” Kalimat yang disampaikan ini merupakan bentuk ekspresi empati dan sekaligus memberi dukungan untuknya karena ia akan merasa ada yang peduli terhadapnya.



KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

A. Tantangan Komunikasi di Era Digital

Komunikasi di era digital telah mengalami perubahan signifikan dibandingkan era sebelumnya. Jika dahulu orang berkomunikasi melalui tatap muka langsung, surat menyurat, telepon rumah, kini komunikasi melalui media digital seperti aplikasi pesan instan, media sosial, email menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan ini membawa kemudahan sekaligus tantangan tersendiri. Meskipun teknologi digital memudahkan manusia dalam berkomunikasi tanpa batasan jarak dan waktu, namun komunikasi melalui media digital memiliki kompleksitas tersendiri. Kita dapat mengirim pesan kepada siapapun dan kapanpun, tetapi sering kali pesan yang disampaikan tidak ditafsirkan sesuai dengan maksud pengirim pesan. Penggunaan fitur seperti emoji, stiker, GIF yang dimaksudkan untuk menambah nuansa emosi dalam pesan digital terkadang justru menimbulkan kebingungan atau multitafsir. Berbeda dengan komunikasi tatap muka langsung di mana kita dapat melihat ekspresi wajah, mendengar intonasi, dan mengamati bahasa tubuh lawan bicara, komunikasi digital membatasi isyarat nonverbal tersebut sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman yang lebih besar.

Tantangan lain dalam komunikasi di era digital adalah berkaitan dengan kecepatan informasi yang begitu massif (Wang, 2024). Setiap menit, bahkan detik, informasi terus bermunculan dan beredar luas. Individu dihadapkan pada situasi dimana ia harus

mampu menyaring informasi yang diterimanya. Tidak semua informasi yang beredar di media digital memiliki kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Hoaks, berita bohong, manipulasi informasi menjadi gangguan dalam proses penerimaan pesan. Ketika seseorang tidak memiliki kemampuan literasi digital yang baik, ia cenderung menelan mentah-mentah seluruh informasi yang diterimanya. Akibatnya, kesalahan interpretasi terhadap suatu isu menjadi tidak terhindarkan. Situasi ini membuat komunikasi menjadi tidak efektif karena pesan yang dimaknai tidak sesuai dengan maksud pengirim pesan. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi keahlian penting yang harus dimiliki setiap orang (Reddy, et al., 2022) agar memiliki daya kritis terhadap pesan yang diterima serta mampu memilah informasi yang akurat dan relevan.

Terkait dengan konteks komunikasi antarpersona, era digital juga mempengaruhi kualitas interaksi sosial. Meskipun secara jumlah media sosial memungkinkan seseorang memiliki ratusan bahkan ribuan "teman", namun hal tersebut tidak serta merta meningkatkan kedekatan interpersonal. Fenomena "*alone together*" menjadi gambaran umum dimana orang-orang berkumpul secara fisik namun masing-masing sibuk dengan perangkat digitalnya (Wiederhold, 2025), sehingga interaksi sosial yang bermakna tidak terjadi. Misalnya saat makan bersama keluarga, anggota keluarga sibuk dengan gawai masing-masing sehingga kehilangan momen kebersamaan yang berarti. Selain itu, komunikasi melalui media digital juga cenderung mengikis kedalaman percakapan. Pesan-pesan singkat, penggunaan emoji, atau sekedar memberi tanda "*like*" pada unggahan teman tidak menciptakan koneksi emosional yang mendalam seperti halnya percakapan tatap muka yang intens. Tantangan ini menjadi semakin kompleks pada generasi yang tumbuh di era digital, dimana mereka lebih nyaman berkomunikasi melalui perangkat digital daripada bertatap muka langsung.



Gambar 12. Ilustrasi Perilaku Narsistik di Era Digital

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, tantangan berikutnya adalah meningkatnya kecenderungan perilaku narsistik (Kowalchyk et al., 2021) dan kebutuhan akan validasi sosial. Banyak individu yang memposting kegiatan mereka bukan semata-mata untuk berbagi informasi, melainkan untuk mendapatkan pengakuan dalam bentuk "like", komentar, atau jumlah pengikut. Perilaku ini dapat mengarah pada komunikasi yang tidak otentik, dimana orang lebih fokus pada citra yang ingin ditampilkan daripada substansi pesan yang disampaikan. Selain itu, kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain berdasarkan unggahan di media sosial dapat berdampak negatif pada kesehatan mental. Orang cenderung hanya memperlihatkan sisi positif kehidupan mereka di media sosial, sehingga menciptakan ilusi kehidupan yang sempurna. Akibatnya, mereka yang melihat unggahan tersebut dan membandingkan dengan kehidupan pribadinya dapat merasa inferior dan tidak puas dengan hidupnya. Kondisi ini pada akhirnya menjadi hambatan dalam komunikasi yang efektif karena individu lebih fokus pada pembentukan citra diri daripada menjalin komunikasi yang bermakna.

Tantangan terakhir namun tidak kalah pentingnya adalah berkaitan dengan etika komunikasi di dunia digital. Anonimitas yang ditawarkan oleh media digital terkadang membuat orang merasa bebas untuk mengungkapkan pikiran tanpa batasan etika (Soler & Roose, 2022). Fenomena seperti *cyberbullying*, ujaran kebencian, penyebaran informasi pribadi tanpa izin (*doxing*) menjadi permasalahan serius dalam komunikasi digital. Dalam konteks ini, prinsip etika seperti menghormati privasi orang lain, bertanggung jawab atas pernyataan yang disampaikan, atau tidak menyebarkan informasi yang belum terverifikasi kebenarannya menjadi prinsip yang sering diabaikan. Individu perlu memahami bahwa kebebasan berpendapat di dunia digital tetap harus diimbangi dengan tanggung jawab etis (Susskind, 2022). Pesan yang diunggah di media digital dapat tersebar luas dengan cepat dan sulit untuk dihapus sepenuhnya. Oleh karena itu, kemampuan mengevaluasi dampak pesan sebelum menyebarkannya menjadi keterampilan penting dalam berkomunikasi di era digital. Setiap individu perlu menyadari bahwa pesan digital yang disampaikan memiliki jejak digital yang dapat berdampak jangka panjang pada diri sendiri maupun orang lain.

B. Etika Berkomunikasi di Media Sosial

Media sosial telah menjadi ruang interaksi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Berbagai platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, dan YouTube menjadi sarana bagi individu untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, membangun relasi sosial, hingga melakukan aktivitas bisnis. Namun, kemudahan akses dan kebebasan berekspresi yang ditawarkan media sosial sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran etika berkomunikasi. Hal ini terlihat dari maraknya fenomena ujaran kebencian, penyebaran berita bohong, perundungan siber, hingga pelanggaran privasi yang terjadi di ruang digital. Dampak negatif dari komunikasi yang tidak beretika di media sosial dapat melampaui dunia maya dan berpengaruh pada kehidupan nyata seseorang, mulai dari gangguan psikologis (Ostic et al., 2021), rusaknya reputasi, hingga konflik sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, memahami dan menerapkan etika berkomunikasi di media sosial menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap pengguna media sosial di era digital ini.

Salah satu prinsip etika penting dalam berkomunikasi di media sosial adalah kejujuran dan integritas dalam menyampaikan informasi (Ariff et al., 2021). Setiap individu hendaknya memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya kepada orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan mengecek sumber informasi, membandingkan dengan beberapa sumber berita kredibel, atau menggunakan layanan pengecekan fakta yang tersedia (Dennis, et al., 2023). Selain itu, individu juga perlu menghindari manipulasi konten seperti mengedit foto atau video yang dapat menyesatkan orang lain. Jika seseorang tidak yakin akan kebenaran suatu informasi, sebaiknya tidak menyebarkannya atau setidaknya memberikan catatan bahwa informasi tersebut belum terverifikasi. Ketika seseorang melakukan kesalahan dalam menyampaikan informasi, etika yang baik adalah dengan mengakui kesalahan dan melakukan klarifikasi. Integritas dalam berkomunikasi di media sosial juga berarti konsistensi antara apa yang disampaikan di dunia maya dengan sikap dan perilaku di dunia nyata. Dengan menerapkan prinsip kejujuran dan integritas, komunikasi di media sosial dapat lebih berkualitas dan terhindar dari potensi menyebarkan informasi yang menyesatkan.

Menghormati privasi dan martabat orang lain merupakan aspek fundamental dalam etika berkomunikasi di media sosial (Di Minin et al., 2021). Hal ini berarti tidak membagikan informasi pribadi orang lain tanpa izin, tidak melakukan "*doxing*" (mengungkap identitas pribadi seseorang secara *online*), serta menghindari membagikan foto atau video seseorang dalam

situasi memalukan. Dalam konteks komunikasi antar persona, penting untuk mempertimbangkan apakah percakapan pribadi layak dibagikan ke publik atau tidak, meskipun percakapan tersebut terjadi di ruang digital. Selain itu, setiap individu perlu menghargai perbedaan pendapat dan tidak menjadikan perbedaan tersebut sebagai alasan untuk melakukan pelecehan atau perundungan. Ketika terlibat dalam diskusi yang membahas isu sensitif seperti politik, agama, atau isu identitas, penting untuk tetap menjaga kesantunan dan tidak menggunakan bahasa yang merendahkan atau menyerang secara personal. Dalam hal ini, prinsip "berbicaralah sebagaimana Anda ingin diperlakukan" menjadi panduan yang relevan. Menghormati privasi juga berarti berhati-hati saat memposting lokasi secara *real-time* yang dapat membahayakan keamanan pribadi atau orang lain. Dengan menjunjung tinggi prinsip menghormati privasi dan martabat orang lain, interaksi di media sosial dapat menjadi lebih aman dan nyaman bagi semua penggunanya.

Tanggung jawab atas konten yang dibagikan merupakan prinsip etika ketiga yang perlu diterapkan dalam komunikasi di media sosial (Cho et al., 2024). Setiap individu harus menyadari bahwa apa yang dibagikan di media sosial dapat tersebar luas dengan cepat dan sulit untuk dihapus sepenuhnya, bahkan jika postingan aslinya sudah dihapus. Oleh karena itu, sebelum memposting sesuatu, perlu dipertimbangkan dampak jangka pendek dan jangka panjang dari konten tersebut, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Pertanyaan reflektif seperti "Apakah konten ini dapat merugikan seseorang?", "Apakah saya akan nyaman jika keluarga atau atasan saya melihat postingan ini?", atau "Apakah konten ini sejalan dengan nilai-nilai yang saya junjung?" dapat membantu dalam melakukan evaluasi. Ketika memposting tentang isu kontroversial, individu perlu memastikan bahwa pendapatnya disampaikan dengan cara yang konstruktif dan berdasarkan fakta, bukan sekedar emosi sesaat. Hal penting lainnya adalah bertanggung jawab atas respons yang diberikan pada komentar atau pesan di media sosial. Dalam menanggapi kritik atau komentar negatif, individu sebaiknya merespons dengan kepala dingin atau memilih untuk tidak merespons jika dirasa akan memperkeruh suasana. Dengan menerapkan prinsip tanggung jawab atas konten, individu dapat berkontribusi menciptakan lingkungan media sosial yang lebih positif dan bermanfaat.

Berkomunikasi dengan empati dan kesadaran akan keberagaman menjadi prinsip keempat dalam etika berkomunikasi di media sosial (Mirowska & Arsenyan, 2023). Dalam konteks ini, individu perlu memahami bahwa di balik setiap akun media sosial terdapat manusia nyata dengan perasaan, latar belakang, dan pengalaman hidup yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penting

untuk mempertimbangkan bagaimana kata-kata atau konten yang dibagikan dapat mempengaruhi perasaan orang lain. Hal-hal yang perlu dilakukan diantaranya adalah menggunakan bahasa yang tidak diskriminatif, menghindari stereotip negatif terhadap kelompok tertentu, serta berhati-hati saat membahas isu sensitif seperti tragedi, bencana, atau penderitaan orang lain. Dalam situasi di mana terjadi kesalahpahaman atau konflik komunikasi, individu perlu berusaha memahami perspektif orang lain dan bersedia untuk mengakui kesalahan atau mengklarifikasi maksud jika diperlukan.

Selain itu, empati juga berarti mengenali kapan harus menahan diri untuk tidak ikut serta dalam perdebatan yang tidak produktif atau "drama" di media sosial yang dapat merugikan banyak pihak. Dalam interaksi lintas budaya di media sosial, penting untuk memahami perbedaan nilai dan norma komunikasi. Apa yang dianggap sebagai humor di satu budaya mungkin dianggap penyerangan atau bahkan penghinaan di budaya lain. Dengan menerapkan prinsip empati dan kesadaran akan keberagaman, komunikasi di media sosial dapat menjadi sarana untuk membangun jembatan pemahaman antar individu dengan latar belakang yang berbeda.

Mendukung perlindungan hak kekayaan intelektual merupakan aspek penting kelima dalam etika berkomunikasi di media sosial (Ploman & Hamilton, 2024). Dalam era di mana konten dapat dengan mudah disalin dan dibagikan, setiap individu perlu menghargai karya orang lain dengan cara yang etis. Hal-hal yang perlu dilakukan antara lain memberikan kredit atau mencantumkan sumber saat membagikan karya orang lain seperti artikel, foto, video, atau kutipan; meminta izin sebelum menggunakan atau memodifikasi karya orang lain, terutama untuk kepentingan komersial; menghindari plagiarisme atau mengklaim karya orang lain sebagai karya sendiri; serta menghormati hak privasi atas konten yang dibagikan dengan batasan tertentu, misalnya tidak menyebarkan konten dari grup tertutup ke publik tanpa izin.

Dalam konteks bisnis atau pemasaran di media sosial, penting untuk transparan mengenai hubungan antara konten yang dibagikan dengan keuntungan komersial, misalnya dengan menggunakan tanda "#Ad" atau "#Sponsored" pada konten promosi. Individu juga perlu menyadari bahwa meskipun ada kemudahan dalam mengakses konten gratis di internet, hal tersebut tidak berarti bahwa semua konten bebas untuk digunakan atau dibagikan tanpa batasan. Dengan menjunjung tinggi prinsip perlindungan hak kekayaan intelektual, ekosistem media sosial dapat menjadi tempat yang lebih adil dan mendukung bagi para kreator konten untuk terus berkarya.

C. Membangun *Personal Branding* melalui Komunikasi Digital

Personal branding merupakan proses dimana seseorang secara sadar dan aktif membentuk persepsi publik tentang dirinya melalui representasi nilai, keahlian, dan karakter yang konsisten. Dalam konteks digital, *personal branding* menjadi upaya strategis untuk membangun dan mempertahankan identitas profesional yang membedakan seseorang dari orang lain dalam bidang yang sama (Critton, 2014). Tidak seperti merek produk yang berfokus pada barang atau jasa, *personal branding* berfokus pada individu sebagai "merek" itu sendiri—melibatkan keseluruhan aspek yang mencakup keahlian, pengalaman, kepribadian, hingga nilai-nilai yang dipegang. Di era digital, dimana informasi tentang seseorang dapat dengan mudah diakses melalui media sosial, blog, profil profesional *online*, dan *platform* lainnya, membangun *personal branding* yang kuat dan otentik menjadi semakin penting. Melalui komunikasi digital yang tepat, seseorang dapat mengontrol narasi tentang dirinya, mengarahkan persepsi publik, dan membangun reputasi yang selaras dengan tujuan profesional maupun personal.



Gambar 13. *Personal Branding* di Era Digital

Pentingnya memiliki *personal branding* di era digital tidak dapat diabaikan.

1. *Personal branding* membantu seseorang menonjol di tengah persaingan yang ketat, terutama dalam dunia profesional (Kaputa, 2010).
2. *Personal branding* yang kuat memungkinkan seseorang untuk lebih mudah dikenali dan diingat (Collins, 2012), sehingga membuka peluang bagi

berbagai kesempatan seperti tawaran kerja, kolaborasi profesional, atau *networking*.

3. *Personal branding* menciptakan kesan pertama yang positif (Gorbatov et al., 2018), bahkan sebelum terjadi interaksi langsung, dan ini menjadi sesuatu yang sangat penting di era digital dimana calon pemberi kerja, rekan bisnis, atau klien sering kali mencari informasi online sebelum memutuskan untuk terlibat.
4. *Personal branding* membantu membangun kredibilitas dan kepercayaan, yang merupakan aset berharga dalam segala bentuk hubungan profesional maupun personal.
5. *Personal branding* yang dikelola dengan baik dapat menjadi alat efektif dalam membangun komunitas atau jaringan yang mendukung tujuan pribadi dan profesional (Reed, 2018). Saat *personal branding* sudah terbentuk dengan baik, individu dapat menjadi "*thought leader*" dalam bidangnya, yang berarti pendapat dan gagasannya memiliki bobot dan pengaruh yang signifikan.

Personal branding tidak tercipta secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang konsisten dan otentik di berbagai *platform* digital. Proses ini dimulai dengan introspeksi dan pemahaman diri yang mendalam dengan mengidentifikasi nilai-nilai personal, keahlian unik, *passion*, tujuan jangka panjang, serta bagaimana semua elemen tersebut membentuk identitas profesional yang utuh. Setelah memiliki pemahaman diri yang jelas, individu dapat mulai merumuskan "*value proposition*" atau nilai unik yang ditawarkan (Morgan, 2011). *Value proposition* ini menjawab pertanyaan fundamental seperti "Apa yang membuat saya berbeda dari orang lain dalam bidang yang sama?" atau "Kontribusi unik apa yang dapat saya berikan?" Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi target audiens—kelompok orang yang ingin dijangkau dan dipengaruhi melalui *personal branding*. Pemahaman mendalam tentang karakteristik, kebutuhan, dan preferensi target audiens akan membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif. Setelah itu, individu dapat mulai membangun narasi *personal branding*—cerita tentang siapa dirinya, perjalanan profesionalnya, nilai-nilai yang dipegangnya, dan visinya untuk masa depan. Narasi ini kemudian dikomunikasikan secara konsisten melalui berbagai *platform* digital, disesuaikan dengan karakteristik masing-masing *platform* namun tetap mempertahankan esensi pesan yang sama.

Dalam membangun *personal branding* melalui komunikasi digital, konsistensi menjadi kunci utama (Faliagka et al., 2017). Konsistensi ini

mencakup berbagai aspek, mulai dari pesan yang disampaikan, tone suara, *visual identity*, hingga frekuensi kehadiran di *platform* digital. Pesan yang konsisten membantu memperkuat asosiasi antara individu dengan nilai, keahlian, atau bidang tertentu. Sebagai contoh, seorang profesional di bidang marketing yang secara konsisten membagikan wawasan, tren terbaru, dan studi kasus tentang *digital marketing* akan dengan sendirinya diasosiasikan sebagai ahli di bidang tersebut. Konsistensi juga berlaku pada aspek visual, seperti penggunaan foto profil yang serupa di berbagai *platform*, palet warna yang konsisten, atau gaya desain yang mudah dikenali. Dalam konteks *platform*-spesifik, konsistensi dapat berarti mengadaptasi pesan inti sesuai dengan konvensi dan ekspektasi pengguna platform tersebut, misalnya konten yang lebih visual untuk Instagram, konten profesional untuk LinkedIn, atau diskusi yang lebih mendalam untuk *blog*. Meskipun adaptasi diperlukan, esensi dari *personal branding*, seperti nilai-nilai, keahlian, dan karakteristik personal, harus tetap konsisten di semua *platform*.

Otentisitas menjadi fondasi penting lainnya dalam membangun *personal branding* yang kuat termasuk dalam komunikasi digital (Rachmad, 2023). Di era dimana audiens semakin sensitif terhadap konten yang direkayasa atau tidak autentik, *personal branding* yang dibangun di atas keaslian memiliki daya tahan yang lebih kuat. Otentisitas dalam *personal branding* berarti individu menampilkan diri secara jujur, dengan kelebihan maupun keterbatasan, tanpa berusaha menjadi orang lain atau sekedar mengikuti tren. Hal ini tidak berarti harus membagikan setiap aspek kehidupan pribadi atau mengabaikan batasan profesional, tetapi lebih pada menyajikan versi diri yang jujur dan *genuine*. Otentisitas juga berarti berani untuk memiliki suara dan perspektif yang mungkin berbeda dari arus utama, mengakui kesalahan saat terjadi, dan menunjukkan kerentanan secara tepat. Konten yang otentik sering kali lebih mudah diterima audiens. Misalnya, seorang profesional yang membagikan pembelajaran dari kegagalan atau tantangan yang dihadapi dalam karirnya cenderung membangun koneksi yang lebih dalam dengan audiensnya dibandingkan dengan yang hanya menampilkan kesuksesan.

Strategi membangun *personal branding* melalui komunikasi digital melibatkan beberapa pendekatan yang perlu diimplementasikan secara terencana dan konsisten, diantaranya adalah:

1. Melakukan identifikasi platform yang relevan dengan tujuan personal branding dan karakteristik target audiens. Tidak semua *platform* digital cocok untuk setiap individu atau tujuan, misalnya LinkedIn mungkin lebih

sesuai untuk profesional korporat, sementara Instagram lebih cocok untuk individu di industri kreatif.

2. Produksi konten yang berkualitas dan memberikan nilai tambah bagi audiens. Konten ini dapat berupa artikel, video, podcast, infografik, atau format lainnya yang memperlihatkan keahlian, wawasan, atau perspektif unik.
3. Aktif berpartisipasi dalam komunitas dan jaringan yang relevan—baik dengan menanggapi komentar pada konten sendiri maupun berkontribusi pada diskusi di forum, grup, atau unggahan orang lain.
4. Mengembangkan dan mempertahankan *visual identity* yang konsisten, mencakup foto profil, desain, dan elemen visual lainnya.
5. Memonitor dan merespons secara aktif terhadap perbincangan tentang diri atau bidang keahlian.
6. Melakukan audit dan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi *personal branding*, menganalisis *metrics* seperti *engagement*, dan jangkauan, apakah telah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.
7. Beradaptasi dan berkembang seiring dengan perubahan tren digital, preferensi audiens, atau tujuan personal dan profesional, tanpa mengorbankan nilai inti dan otentisitas.

Dalam implementasi strategi *personal branding* melalui komunikasi digital, individu juga perlu memperhatikan potensi tantangan dan risiko yang mungkin dihadapi. Tantangan pertama adalah keseimbangan antara kehidupan profesional dan pribadi—seberapa banyak informasi personal yang tepat untuk dibagikan dalam konteks *personal branding*. Setiap individu perlu menetapkan batasan yang jelas dan nyaman bagi dirinya, mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari informasi yang dibagikan secara publik. Tantangan kedua adalah konsistensi dalam jangka panjang, terutama saat motivasi menurun atau hasil tidak segera terlihat. Membangun *personal branding* yang kuat membutuhkan komitmen jangka panjang dan kesabaran, karena hasilnya seringkali bersifat kumulatif. Tantangan ketiga adalah beradaptasi dengan algoritma *platform* yang terus berubah tanpa mengorbankan integritas konten. Keempat, mengelola ekspektasi dan tekanan untuk selalu tampil sempurna, yang dapat berdampak pada kesehatan mental. Individu perlu menyadari bahwa *personal branding* yang otentik memungkinkan ruang untuk pertumbuhan, kesalahan, dan perkembangan, sama halnya seperti dalam kehidupan nyata. Kelima, mengelola umpan balik negatif atau kritik yang mungkin muncul seiring dengan meningkatnya *visibilitas online*. Dengan memahami dan

mengantisipasi tantangan-tantangan ini, individu dapat membangun strategi *personal branding* yang tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan profesional, tetapi juga berkelanjutan dan selaras dengan kesejahteraan pribadi.

D. Mengatasi Misinformasi dan Disinformasi

Era digital telah mengubah cara kita berkomunikasi, menciptakan arus informasi yang bergerak dengan cepat dan volume yang masif. Di tengah kemudahan berbagi dan mengakses informasi, fenomena misinformasi dan disinformasi menjadi tantangan serius bagi komunikasi efektif. Perbedaan kecepatan antara penyebaran informasi dan proses verifikasi semakin memperburuk situasi, dimana berita palsu dapat menyebar jauh lebih cepat dibandingkan klarifikasinya, menciptakan distorsi dalam proses komunikasi.

Platform media sosial dengan algoritma yang didesain untuk memaksimalkan engagement cenderung memprioritaskan konten yang memicu emosi kuat (Kim, 2017), yang pada akhirnya dapat memicu konten mengalami misinformasi dan disinformasi dan mengganggu proses penyampaian dan penerimaan pesan yang akurat. Kondisi ini menjadi hambatan signifikan dalam komunikasi efektif karena makna yang tercipta dari proses pertukaran pesan menjadi tidak selaras dengan realitas yang sebenarnya. Seperti yang telah dibahas pada Bab I, "komunikasi dikatakan efektif jika informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain dapat dipahami dengan baik sesuai harapan penyampai pesan," namun misinformasi dan disinformasi justru menciptakan kesenjangan antara pesan yang dimaksudkan dengan pesan yang diterima, atau bahkan lebih buruk, menyampaikan pesan yang secara fundamental tidak akurat. Dalam konteks Indonesia, tingginya penetrasi internet yang tidak diimbangi dengan tingkat literasi digital yang memadai semakin memperbesar risiko terganggunya komunikasi efektif akibat misinformasi dan disinformasi, terutama dalam momen-momen kritis seperti pemilihan umum, pandemi, atau isu-isu sosial politik yang sensitif.

Komunikasi efektif membutuhkan kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan, namun misinformasi dan disinformasi justru menggerogoti fondasi ini dengan cara yang berbeda. Misinformasi adalah penyebaran informasi yang salah atau tidak akurat tanpa ada niat untuk menyesatkan (sebuah gangguan komunikasi yang bersifat tidak disengaja). Penyebar misinformasi seringkali memercayai kebenaran informasi tersebut dan menyebarkannya dengan maksud baik, namun proses *encoding* pesannya sudah terdistorsi oleh ketidakakuratan informasi yang dimiliki, sehingga makna yang tercipta pada

penerima pesan pun menjadi tidak sesuai dengan realitas. Sebagai contoh, ketika terjadi sebuah bencana alam, seseorang yang *misencoding* informasi tentang lokasi pengungsian (karena mendapatkan informasi yang salah namun dianggap benar) akan secara tidak sengaja mengarahkan bantuan ke lokasi yang tidak tepat.

Di sisi lain, disinformasi merujuk pada penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan dengan niat jahat untuk memanipulasi, menipu, atau menimbulkan kebingungan (sebuah distorsi komunikasi yang bersifat disengaja dan strategis). Penyebar disinformasi menyadari bahwa informasi tersebut salah atau sudah dimanipulasi, namun tetap menyebarkannya untuk mencapai tujuan tertentu, menciptakan gangguan komunikasi yang disengaja untuk menghasilkan makna yang keliru pada penerima pesan. Contoh disinformasi adalah ketika sebuah kelompok kepentingan secara sengaja menyebarkan informasi palsu tentang efek samping vaksin yang dilebih-lebihkan untuk mengganggu program vaksinasi. Komunikasi efektif selalu berlandaskan pada prinsip kejujuran dan kebenaran, sehingga baik misinformasi maupun disinformasi, terlepas dari perbedaan intensinya, sama-sama menjadi penghalang dalam menciptakan pemahaman bersama yang akurat antara pengirim dan penerima pesan.

Dalam kehidupan sehari-hari, misinformasi dan disinformasi dapat menjadi gangguan komunikasi yang signifikan dalam berbagai konteks. Dalam lingkup komunikasi keluarga, misinformasi sering menyebar melalui grup pesan seperti WhatsApp, dimana komunikasi efektif terganggu ketika anggota keluarga membagikan informasi kesehatan tanpa verifikasi, menciptakan kecemasan yang tidak perlu atau bahkan mendorong keputusan medis yang berpotensi berbahaya. Sebagaimana dijelaskan pada Bab I, "gangguan yang terjadi saat berlangsungnya komunikasi disebut sebagai hambatan komunikasi," dan misinformasi serta disinformasi adalah bentuk hambatan semantik dimana makna pesan menjadi terdistorsi.

Dalam konteks komunikasi profesional di tempat kerja, disinformasi dapat muncul dalam bentuk rumor yang sengaja disebarkan tentang reorganisasi atau PHK yang tidak benar, menciptakan ketegangan dan menurunkan produktivitas karena pesan yang diterima tidak sejalan dengan realitas sebenarnya. Di ranah komunikasi publik, fenomena *deepfake*, yaitu melakukan manipulasi audio dan video menggunakan kecerdasan buatan, menjadi bentuk disinformasi yang sangat merusak proses komunikasi efektif karena menciptakan bukti visual dan audio palsu yang sangat meyakinkan, sehingga penerima pesan sulit membedakan antara komunikasi yang otentik dan yang dimanipulasi.

Pada tingkat komunikasi massa, dampak gangguan komunikasi akibat misinformasi dan disinformasi dapat sangat nyata, seperti ketika informasi yang salah tentang pengobatan alternatif COVID-19 menyebar luas, menghasilkan komunikasi publik yang membingungkan dan berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa misinformasi dan disinformasi secara langsung mengganggu prinsip dasar komunikasi efektif, yaitu terjadinya kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan berdasarkan informasi yang akurat.

Mengatasi misinformasi dan disinformasi untuk membangun komunikasi yang lebih efektif membutuhkan pendekatan yang komprehensif dalam berbagai level komunikasi. Pada level komunikasi intrapersonal, mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan meningkatkan kesadaran akan bias kognitif yang dimiliki menjadi kunci penting. Seperti yang dibahas pada Bab II tentang "Mendengarkan Secara Efektif," individu perlu mengembangkan kemampuan "mendengarkan dan berpikir kritis" yang melibatkan "kemampuan seseorang dalam mendengarkan secara aktif dimana ia mencerna pesan sekaligus menganalisisnya." Hal ini berarti sebelum menerima atau membagikan informasi, individu perlu memverifikasi sumber, membandingkan dengan sumber terpercaya lainnya, mengecek tanggal publikasi, dan berhati-hati terhadap konten yang memicu reaksi emosional yang kuat. Pada level komunikasi interpersonal, menerapkan prinsip "berpikir sebelum membagikan" menjadi bentuk tanggung jawab komunikasi yang esensial. Individu perlu mengajukan pertanyaan-pertanyaan kritis seperti "Apakah informasi ini berasal dari sumber yang kredibel?" atau "Apa motif di balik penyebaran informasi ini?" sebelum meneruskan pesan kepada orang lain. Strategi ini sejalan dengan prinsip "menggunakan komunikasi verbal secara efektif" yang disebutkan pada Bab II, dimana individu dapat "mengajukan pertanyaan kepada pembicara guna mendapatkan informasi detil dan klarifikasi dari apa yang disampaikannya."

Pada level komunikasi kelompok dan organisasi, membangun budaya komunikasi yang menghargai akurasi dan verifikasi dapat meminimalkan penyebaran misinformasi. Hal ini mencakup pembentukan saluran komunikasi formal yang jelas untuk informasi penting, penggunaan platform kolaborasi yang memungkinkan klarifikasi dan koreksi, serta penerapan protokol verifikasi sebelum informasi disebarluaskan dalam organisasi.

Pada level komunikasi publik dan massa, diperlukan upaya kolaboratif antara berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih sehat dan efektif. Platform media sosial memiliki tanggung jawab untuk

menerapkan mekanisme yang dapat mendeteksi dan mengurangi penyebaran informasi yang salah, seperti penggunaan algoritma untuk mengidentifikasi konten yang berpotensi menyesatkan atau melabeli konten yang belum terverifikasi. Pendekatan ini perlu diimplementasikan dengan hati-hati untuk tidak mengarah pada sensor berlebihan yang dapat membatasi kebebasan berekspresi, sambil tetap memprioritaskan akurasi informasi sebagai fondasi komunikasi efektif. Institusi media perlu memperkuat standar jurnalistik dan transparansi dalam pelaporan, mengutamakan akurasi di atas kecepatan, serta aktif melakukan koreksi ketika terjadi kesalahan. Dalam konteks ini, prinsip "komunikasi melibatkan dimensi isi dan dimensi hubungan" yang dibahas pada Bab I menjadi relevan, dimana institusi media perlu mempertimbangkan tidak hanya keakuratan informasi (dimensi isi) tetapi juga cara menyampaikannya untuk membangun kepercayaan dengan audiens (dimensi hubungan).

Institusi pendidikan berperan penting dalam membekali generasi muda dengan kompetensi komunikasi yang kritis, mengintegrasikan materi tentang verifikasi informasi dalam kurikulum, dan menciptakan lingkungan belajar yang mendorong diskusi terbuka. Sementara itu, organisasi masyarakat sipil dapat berkontribusi melalui inisiatif *fact-checking*, kampanye edukasi publik, dan program-program yang meningkatkan literasi media di berbagai kelompok masyarakat. Semua upaya ini pada dasarnya bertujuan untuk mengembalikan integritas proses komunikasi dengan memastikan bahwa informasi yang beredar, baik dalam komunikasi interpersonal maupun massa, memiliki akurasi yang dapat dipertanggungjawabkan, sehingga tercapai kesamaan makna yang benar antara pengirim dan penerima pesan, yang merupakan esensi dari komunikasi yang efektif.

Secara praktis, mengatasi misinformasi dan disinformasi untuk membangun komunikasi yang lebih efektif juga membutuhkan penerapan beberapa strategi komunikasi spesifik. Pertama, mengembangkan kemampuan individu memproses informasi secara kritis sebelum mengubahnya menjadi pesan verbal atau tulisan. Selaras dengan konsep "encoding" yang dibahas pada Bab I, proses ini memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan telah melalui filter verifikasi internal. Kedua, menerapkan prinsip transparansi dalam komunikasi dengan secara eksplisit menyebutkan sumber informasi dan tingkat keyakinan terhadap akurasi informasi tersebut. Ketika membagikan informasi yang belum sepenuhnya terverifikasi, komunikator dapat menggunakan kalimat seperti "Berdasarkan informasi yang saya miliki saat ini..." atau "Dari sumber yang saya baca, meskipun perlu verifikasi lebih lanjut..." Ketiga, mengembangkan

keterampilan "*active listening*" atau mendengarkan aktif seperti yang dijelaskan pada Bab II, dimana individu tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi secara aktif memproses, menganalisis, dan mempertanyakan kredibilitas pesan yang diterima. Keempat, melakukan praktik "*information hygiene*" atau kebersihan informasi, yaitu kebiasaan rutin untuk membersihkan lingkungan informasi pribadi dari sumber-sumber yang tidak kredibel, memeriksa fakta secara berkala, dan memperbarui pemahaman tentang isu-isu yang berkembang. Kelima, menerapkan "*balanced communication*" atau komunikasi berimbang, dengan secara sadar mencari dan mempertimbangkan berbagai perspektif tentang suatu isu sebelum membentuk dan menyampaikan pendapat.

Strategi-strategi ini, bila diterapkan secara konsisten pada level individu maupun kolektif, dapat secara signifikan meningkatkan kualitas komunikasi dalam ekosistem digital, meminimalkan gangguan akibat misinformasi dan disinformasi, serta membangun fondasi yang lebih kuat untuk komunikasi efektif yang berlandaskan pada ketepatan makna dan kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan.

E. Komunikasi Efektif dalam Pertemuan Virtual

Pertemuan virtual telah menjadi bagian penting dalam komunikasi profesional dan personal di era digital, terutama setelah pandemi COVID-19 yang memaksa banyak interaksi beralih ke ruang digital (Garcia & Vivacqua, 2024). Pertemuan virtual adalah proses komunikasi yang terjadi melalui *platform* konferensi video seperti Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, dan sejenisnya, di mana para peserta berinteraksi secara real-time meskipun berada di lokasi yang berbeda. Meskipun berbagai *platform* ini menawarkan kemudahan dalam berinteraksi tanpa batasan geografis, komunikasi efektif dalam pertemuan *virtual* memiliki tantangan tersendiri. Keterbatasan isyarat nonverbal, gangguan teknis, dan kelelahan digital (*digital fatigue*) dapat menghambat terjadinya kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan—syarat utama komunikasi yang efektif sebagaimana telah dibahas pada Bab I. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman dan penerapan strategi khusus untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam pertemuan virtual dapat diterima dengan baik sesuai dengan harapan komunikator, sehingga tercapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Dalam melakukan komunikasi *virtual* yang efektif, perlu diperhatikan bagaimana aspek verbal dan nonverbal diterjemahkan dalam medium digital. Seperti yang telah dibahas pada Bab III tentang Komunikasi Verbal yang

Efektif, penggunaan bahasa yang jelas, konkret, dan kontekstual menjadi semakin penting dalam pertemuan virtual karena keterbatasan medium dalam menyampaikan pesan komunikasi. Misalnya, kalimat yang terlalu panjang dan berbelit-belit akan lebih sulit diikuti dalam pertemuan *virtual* dibandingkan dalam pertemuan tatap muka, karena faktor-faktor seperti kualitas audio, *delay*, atau gangguan koneksi dapat mengganggu proses penerimaan pesan. Selain itu, aspek nonverbal dalam komunikasi virtual juga mengalami transformasi. Jika pada komunikasi tatap muka langsung kita dapat dengan mudah menunjukkan gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau mengatur jarak fisik seperti yang dijelaskan pada Bab IV, dalam pertemuan *virtual* ruang ekspresi nonverbal menjadi terbatas pada apa yang tertangkap kamera—biasanya hanya wajah dan sebagian tubuh bagian atas. Keterbatasan ini mengharuskan komunikator untuk lebih ekspresif dalam gestur yang terlihat di kamera, menjaga kontak mata dengan melihat ke arah kamera (bukan ke layar), serta memperhatikan postur tubuh yang menunjukkan keterlibatan aktif dalam percakapan. Penggunaan fitur seperti *reaction* (emoji tangan terangkat, tepuk tangan, jempol) atau fitur *chat* juga dapat menjadi saluran alternatif untuk komunikasi nonverbal dalam *meeting virtual*.

Mendengarkan secara aktif, sebagaimana dibahas pada Bab II, menjadi keterampilan krusial yang perlu dikembangkan dalam konteks pertemuan *virtual*. Dalam *setting* digital, tantangan untuk tetap fokus dan memperhatikan pembicara menjadi lebih besar karena berbagai gangguan potensial seperti notifikasi dari aplikasi lain, *multitasking*, atau lingkungan rumah/tempat kerja yang tidak kondusif. Untuk mengatasi hal ini, peserta pertemuan virtual perlu secara sadar menerapkan prinsip-prinsip mendengarkan secara efektif, seperti memberikan perhatian penuh pada pembicara, meminimalkan gangguan fisik (misalnya dengan mematikan notifikasi atau menggunakan *headphone*), dan menunjukkan keterlibatan aktif melalui respons verbal maupun nonverbal. Dalam konteks pertemuan *virtual*, memberikan respons menjadi sangat penting karena pembicara tidak dapat secara langsung merasakan energi atau umpan balik dari audiens seperti dalam pertemuan tatap muka. Teknik-teknik seperti parafrase ("Jika saya memahami dengan benar, maksud Anda adalah..."), mengajukan pertanyaan klarifikasi, atau sesekali memberikan anggukan atau respons verbal singkat seperti "ya" atau "saya paham" dapat menjadi indikator bagi pembicara bahwa pesannya telah diterima dengan baik. Namun, penting untuk memperhatikan etika dalam memberikan respons, misalnya mematikan mikrofon saat tidak berbicara untuk menghindari gangguan suara latar, atau

menggunakan fitur "*raise hand*" sebelum menyampaikan pendapat agar tidak terjadi interupsi yang mengganggu alur komunikasi.

Komunikasi antar persona dalam pertemuan virtual, sebagaimana dibahas dalam Bab V, memiliki dinamika yang berbeda dengan komunikasi tatap muka langsung. Di satu sisi, medium digital dapat menciptakan sebuah "jarak" psikologis yang membuat beberapa orang merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri atau berbicara di depan banyak orang. Namun, di sisi lain, keterpisahan fisik dapat mengurangi kedekatan interpersonal dan mempersulit pembentukan hubungan yang mendalam. Untuk mengatasi keterbatasan ini, komunikator perlu secara sadar membangun koneksi interpersonal dalam pertemuan *virtual*, misalnya dengan meluangkan waktu di awal pertemuan untuk sapaan personal dan *small talk* sebelum masuk ke agenda utama, atau sesekali mengadakan sesi informal seperti *virtual coffee break*. Penggunaan humor yang tepat, berbagi cerita personal yang relevan, atau sesekali menunjukkan kerentanan (*vulnerability*) juga dapat membantu menciptakan suasana yang lebih autentik dan manusiawi dalam pertemuan virtual. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah kesadaran akan aturan-aturan hubungan (*relationship rules*) yang mungkin berbeda dalam konteks virtual, misalnya apa yang dianggap sebagai interupsi yang sopan, atau bagaimana cara mengekspresikan ketidaksetujuan tanpa terkesan konfrontatif di ruang digital. Kesadaran akan dinamika interpersonal yang berubah ini membantu mengurangi risiko kesalahpahaman dalam komunikasi *virtual* dan memastikan hubungan tetap terjaga dengan baik meskipun interaksi terjadi melalui medium digital.

Dalam konteks pertemuan virtual yang melibatkan audiens yang lebih besar, seperti webinar atau presentasi virtual, prinsip-prinsip *public speaking* yang telah dibahas pada Bab III perlu diadaptasi dengan mempertimbangkan karakteristik medium digital. Sebagai pembicara, selain mempersiapkan materi dengan baik, juga perlu memperhatikan aspek teknis seperti pencahayaan yang cukup pada wajah, posisi kamera yang tepat (sejajar atau sedikit lebih tinggi dari mata), latar belakang yang tidak mengganggu perhatian, serta kualitas audio yang jernih. Dalam penyampaian materi, pembicara perlu melakukan penyesuaian seperti berbicara dengan tempo yang lebih terukur, memberikan jeda yang lebih panjang antarpoin penting, dan secara berkala melakukan *check-in* dengan audiens untuk memastikan mereka masih terlibat. Penggunaan *visual aid* seperti *slide* presentasi juga perlu lebih dioptimalkan, dengan prinsip sederhana namun *impactful*, misalnya dengan lebih banyak menggunakan gambar, grafik, atau teks yang singkat dan mudah dibaca. Variasi dalam cara

penyampaian juga menjadi kunci untuk mempertahankan perhatian audiens, seperti mengkombinasikan presentasi formal dengan diskusi interaktif, *polling*, *breakout session* untuk diskusi kelompok kecil, atau aktivitas kolaboratif menggunakan *whiteboard virtual* atau *shared document*. Fleksibilitas menjadi keterampilan penting bagi pembicara dalam pertemuan *virtual*, karena kendala teknis atau dinamika yang tidak terduga bisa terjadi sewaktu-waktu, sehingga kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat tanpa kehilangan fokus pada tujuan komunikasi menjadi sangat berharga.

Untuk menciptakan lingkungan komunikasi *virtual* yang efektif, peran fasilitator atau pemimpin pertemuan menjadi sangat penting. Seorang fasilitator yang efektif dalam pertemuan *virtual* tidak hanya berperan dalam mengatur agenda dan alur diskusi, tetapi juga memastikan setiap peserta memiliki kesempatan untuk berkontribusi, mendorong partisipasi aktif dari semua pihak, mengelola dinamika komunikasi, serta memastikan pertemuan tetap fokus dan produktif. Teknik-teknik yang dapat diterapkan antara lain menerapkan aturan di mana setiap peserta secara bergiliran diberi kesempatan untuk berbicara, menggunakan fitur *polling* untuk mendapatkan umpan balik cepat dari semua peserta, atau mengelola *breakout rooms* untuk diskusi kelompok kecil yang lebih mendalam. Fasilitator juga perlu peka terhadap dinamika kekuasaan dan komunikasi dalam tim, memastikan bahwa peserta yang biasanya kurang bersuara mendapat ruang untuk berkontribusi, serta mengelola potensi konflik atau kesalahpahaman dengan bijak.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah manajemen waktu yang efektif, dengan membatasi durasi pertemuan (idealnya tidak lebih dari 60-90 menit untuk pertemuan reguler) dan memberikan jeda bila pertemuan berlangsung lama, untuk menghindari kelelahan digital atau "*Zoom fatigue*" yang dapat menurunkan efektivitas komunikasi (Bailenson, 2021). Dengan memperhatikan berbagai aspek komunikasi verbal, nonverbal, *interpersonal*, serta dinamika kelompok yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, dan mengadaptasikannya sesuai karakteristik pertemuan *virtual*, komunikator dapat menciptakan pengalaman pertemuan *virtual* yang tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan, tetapi juga memuaskan secara *interpersonal* dan berkelanjutan dalam jangka panjang.



KOMUNIKASI DALAM KONTEKS PROFESIONAL

A. Komunikasi dalam Tim Kerja

Komunikasi dalam tim kerja adalah proses pertukaran informasi, ide, gagasan, dan umpan balik yang terjadi di antara anggota tim untuk mencapai tujuan organisasi. Efektivitas komunikasi dalam tim kerja ditandai dengan terciptanya pemahaman bersama di antara anggota tim terhadap pesan yang disampaikan, sehingga menghasilkan koordinasi yang baik dalam pelaksanaan tugas.



Gambar 14. Situasi Komunikasi dalam Konteks Profesional

Sebagaimana telah dibahas pada Bab I, "komunikasi dikatakan efektif jika dalam proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik atau memiliki kesamaan makna oleh komunikan." Dalam konteks tim kerja, prinsip ini menjadi semakin krusial karena melibatkan pertukaran informasi yang kompleks di antara beberapa individu dengan latar belakang, pengalaman, dan perspektif yang berbeda-beda. Komunikasi yang efektif dalam tim memungkinkan terjadinya kolaborasi yang produktif, meminimalkan kesalahpahaman, dan mendorong terciptanya solusi yang inovatif. Contohnya, dalam

proyek pengembangan produk makeup baru, ketika setiap anggota tim, mulai dari desainer, formulator, hingga tim pemasaran—dapat menyampaikan ide dan memahami perspektif departemen lain dengan baik, produk yang dihasilkan cenderung lebih lengkap dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi tim kerja adalah kemampuan mendengarkan secara aktif. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab II, "mendengarkan secara aktif adalah proses komunikasi dimana seseorang melakukan upaya mendengarkan secara penuh terhadap apa yang disampaikan lawan bicaranya sebelum ia memberikan respon." Dalam konteks tim kerja, mendengarkan aktif tidak hanya dilakukan dalam percakapan satu-satu, tetapi juga dalam situasi rapat, diskusi kelompok, atau bahkan dalam komunikasi tertulis seperti *email* atau *platform* kolaborasi digital. Anggota tim yang mampu mendengarkan secara aktif akan lebih memahami konteks, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi rekan kerjanya, sehingga dapat memberikan respons yang relevan dan konstruktif. Misalnya, saat seorang anggota tim menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan tugasnya dan mengungkapkannya dalam rapat tim, rekan yang mendengarkan secara aktif tidak hanya menangkap informasi faktual tentang hambatan yang dihadapi, tetapi juga mampu memahami kekhawatiran dan kebutuhan dukungan yang tersirat. Dengan pemahaman yang lebih holistik ini, tim dapat memberikan solusi yang tidak hanya mengatasi hambatan teknis tetapi juga memberikan dukungan psikologis yang dibutuhkan, menciptakan lingkungan kerja yang lebih suportif dan produktif.

Komunikasi verbal yang efektif, sebagaimana dibahas pada Bab III, memegang peranan vital dalam dinamika tim kerja. Penggunaan bahasa yang jelas, konkret, dan kontekstual meminimalkan risiko terjadinya kesalahpahaman yang dapat menghambat kinerja tim. Dalam tim kerja yang beragam, di mana anggota tim mungkin memiliki latar belakang profesional berbeda, penting untuk menghindari penggunaan jargon teknis yang berlebihan atau asumsi bahwa semua orang memahami terminologi spesifik bidang tertentu. Seperti yang dijelaskan pada prinsip "*Engage in Person-Centered Communication*" di Bab III, komunikator yang baik "cenderung memahami lawan bicaranya, apa perspektifnya, bagaimana latar belakangnya." Dalam konteks tim multidisipliner, seorang programmer yang menjelaskan kendala teknis kepada tim desain atau pemasaran perlu menyederhanakan konsep teknis agar dapat dipahami oleh rekan-rekan non-teknis, tanpa mengorbankan substansi informasi penting. Selain itu, komunikasi tertulis dalam tim kerja—seperti dokumentasi proyek, laporan status, atau *email* koordinasi—juga perlu mengikuti prinsip-

prinsip efektivitas yang telah dibahas, seperti "fokuskan pada inti pesan" dan "organisasi pesan" yang baik. Tim yang berhasil biasanya memiliki protokol komunikasi yang jelas, seperti *template* standar untuk pelaporan status proyek, konvensi penamaan file yang konsisten, atau panduan komunikasi *email* yang memudahkan *tracking* dan *follow-up*, sehingga informasi penting tidak hilang dalam lautan komunikasi harian.

Aspek komunikasi nonverbal, meskipun sering diabaikan, memainkan peran signifikan dalam membangun komunikasi tim yang efektif. Seperti dibahas pada Bab IV, "komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata namun tetap menyampaikan suatu makna." Dalam setting tim kerja, ekspresi wajah, postur tubuh, kontak mata, atau bahkan pengaturan fisik ruang kerja dapat menyampaikan pesan-pesan penting yang memperkuat atau justru bertentangan dengan komunikasi verbal. Misalnya, anggota tim yang menunjukkan bahasa tubuh terbuka selama diskusi—seperti mencondongkan tubuh ke depan, mempertahankan kontak mata, dan menganggukkan kepala—mengkomunikasikan keterlibatan dan minat yang dapat mendorong partisipasi lebih lanjut dari anggota tim lainnya. Sebaliknya, anggota tim yang terus-menerus memeriksa ponsel selama rapat, meskipun secara verbal menyatakan kesediaan untuk berpartisipasi, sebenarnya mengirimkan pesan nonverbal tentang kurangnya prioritas atau minat pada diskusi tersebut.

Dalam konteks kerja jarak jauh yang semakin umum saat ini, di mana banyak isyarat nonverbal tradisional tidak terlihat, tim perlu mengembangkan mekanisme alternatif, seperti penggunaan emoji dalam pesan teks, pengaturan kamera saat video konferensi, untuk memastikan aspek-aspek penting komunikasi nonverbal tetap tersampaikan. Pemimpin tim yang efektif perlu peka terhadap ketidaksesuaian antara komunikasi verbal dan nonverbal anggota timnya, yang mungkin mengindikasikan masalah yang lebih dalam seperti ketidaksetujuan yang tidak terungkap, kekhawatiran, atau bahkan konflik interpersonal yang tersembunyi.

Untuk membangun komunikasi tim yang efektif, terdapat beberapa hal yang perlu dihindari. Pertama, menghindari komunikasi satu arah yang tidak memberi ruang bagi anggota tim untuk memberikan masukan atau umpan balik. Seperti dijelaskan dalam konsep hubungan simetris pada Bab V, "hubungan dalam komunikasi antar persona bersifat simetris atau saling melengkapi dimana interaksi yang terjadi dari komunikasi antar persona dapat merangsang perilaku yang sama atau berbeda." Dalam tim kerja, ketika

pemimpin atau anggota tim tertentu mendominasi komunikasi tanpa memberi ruang bagi perspektif lain, dapat terjadi fenomena "*groupthink*" di mana tidak ada yang berani menyampaikan pendapat berbeda, meskipun pendapat tersebut potensial bernilai bagi tim. Kedua, menghindari komunikasi yang terlalu formal dan hierarkis yang dapat menghambat arus informasi yang bebas dan terbuka. Menurut Edmonson (2018), tim yang efektif umumnya memiliki "*psychological safety*" atau rasa aman psikologis di mana anggota tim merasa nyaman untuk mengajukan pertanyaan, mengakui kesalahan, atau mengungkapkan kekhawatiran tanpa takut dihakimi.

Ketiga, menghindari penundaan dalam komunikasi penting, terutama terkait perubahan prioritas, hambatan, atau masalah yang dapat mempengaruhi kinerja tim secara keseluruhan. Dalam proyek yang saling bergantung, keterlambatan komunikasi dari satu anggota tim dapat menciptakan efek domino yang memengaruhi pekerjaan banyak orang. Keempat, menghindari asumsi bahwa pesan telah dipahami tanpa verifikasi. Dalam tim yang efektif, terdapat mekanisme untuk memastikan kesamaan pemahaman, seperti merangkum diskusi, mendokumentasikan keputusan, atau mengkonfirmasi pemahaman melalui parafrase. Kelima, menghindari penyebaran informasi yang tidak akurat atau belum terverifikasi yang dapat menimbulkan kebingungan dan menurunkan produktivitas tim. Dengan menghindari praktik-praktik ini dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi efektif yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, tim kerja dapat menciptakan iklim komunikasi yang mendukung kolaborasi produktif, inovasi, dan pencapaian tujuan bersama.

B. Komunikasi dengan Atasan dan Bawahan

Komunikasi dengan atasan dan bawahan merupakan bagian penting dalam lingkungan kerja profesional (Mikkelson et al., 2021). Komunikasi ini memiliki karakteristik khas karena melibatkan hubungan hierarkis yang memengaruhi cara informasi mengalir dalam organisasi. Komunikasi vertikal ini berbeda dengan komunikasi horizontal antar rekan kerja karena adanya perbedaan otoritas dan tanggung jawab. Saat berkomunikasi dengan atasan, karyawan perlu menyampaikan informasi dengan jelas dan ringkas, sementara atasan perlu memastikan instruksi dan ekspektasi tersampaikan dengan tepat kepada bawahan. Kunci dari komunikasi vertikal yang efektif adalah kejelasan pesan, ketepatan waktu, dan pendekatan yang sesuai dengan konteks situasi. Misalnya, seorang manajer proyek perlu menyampaikan laporan kemajuan kepada direktur dengan format yang terstruktur dan fokus pada poin-poin

penting, sementara saat memberikan arahan kepada timnya, ia perlu memastikan semua anggota memahami tujuan, tenggat waktu, dan peran masing-masing dengan jelas.

Komunikasi dengan atasan membutuhkan pendekatan yang profesional namun tidak kaku, diantaranya:

1. Penting untuk memahami gaya komunikasi dan preferensi atasan, apakah mereka lebih menyukai laporan tertulis yang detail atau ringkasan lisan yang singkat. Saat menyampaikan ide atau masalah kepada atasan, sampaikan dengan cara yang berorientasi pada solusi, tidak hanya mengidentifikasi masalah tetapi juga menyarankan solusi potensial. Hindari komunikasi yang terlalu defensif atau menyalahkan orang lain saat menghadapi tantangan. Menurut Lee et al. (2021), saat menerima umpan balik positif dari atasan, manfaatkan momentum ini untuk meningkatkan perilaku inovatif Anda. Penelitian menunjukkan bahwa umpan balik positif dari pemimpin meningkatkan keberanian menyampaikan pendapat, yang mendorong terjadinya inovasi. Komunikasi efektif dengan atasan juga melibatkan keberanian mengekspresikan ide-ide baru yang berkontribusi pada perbaikan organisasi. Ketika pemimpin memberikan dukungan psikologis dan otonomi yang cukup, karyawan lebih termotivasi secara intrinsik untuk mencari solusi kreatif dalam pekerjaan mereka.
2. Komunikasi atasan kepada bawahan dilakukan secara jelas dan empati. Sebagai atasan, penting untuk memberikan arahan yang jelas dan spesifik, menjelaskan tidak hanya apa yang perlu dilakukan tetapi juga mengapa hal tersebut penting. Hindari instruksi yang ambigu atau terlalu umum yang dapat menimbulkan kebingungan atau salah interpretasi. Selain itu, menurut Sun et al. (2022), atasan perlu menciptakan lingkungan di mana bawahan merasa aman untuk bertanya, mengungkapkan kekhawatiran, atau menyampaikan ide. Komunikasi terbuka ini mendorong inovasi dan memungkinkan identifikasi masalah sejak dini. Umpan balik kepada bawahan seharusnya diberikan secara konstruktif, berfokus pada perilaku spesifik yang perlu diperbaiki atau dipertahankan, bukan pada karakteristik personal. Penting untuk menyeimbangkan kritik dengan pengakuan atas pencapaian dan kemajuan. Contohnya, seorang *supervisor* yang melihat kesalahan dalam laporan keuangan dapat mengatakan, "Saya perhatikan ada beberapa angka yang tidak sesuai di bagian ini. Mari kita bahas bersama dan temukan solusinya," daripada langsung menyalahkan dengan kalimat, "Laporanmu selalu penuh kesalahan."

3. Pentingnya memahami perbedaan persepsi dan ekspektasi. Atasan sering berasumsi bahwa instruksi mereka sudah jelas, sementara bawahan mungkin ragu untuk menanyakan klarifikasi karena takut dianggap tidak kompeten. Untuk mengatasi hal ini, kedua belah pihak perlu aktif memverifikasi pemahaman. Atasan dapat mengajukan pertanyaan untuk memastikan instruksi dipahami dengan benar, sementara bawahan dapat merangkum pemahaman mereka untuk konfirmasi.
4. Pentingnya memahami keterbatasan waktu yang sering menyebabkan komunikasi menjadi terburu-buru dan tidak lengkap. Untuk itu, penting untuk memprioritaskan komunikasi dan menyediakan waktu khusus untuk diskusi penting, seperti pertemuan *one-on-one regular* (Celestin et al., 2023).
5. Hindari perasaan ketakutan akan penilaian negatif dari atasan kepada bawahan. Bawahan mungkin enggan melaporkan masalah karena takut dianggap gagal, sementara atasan mungkin menghindari diskusi tentang kinerja yang kurang memuaskan. Oleh karena itu, perlu menciptakan budaya yang menghargai transparansi dan pembelajaran dari kesalahan dapat membantu mengatasi kendala ini.

Perkembangan teknologi dan perubahan pola kerja, seperti kerja jarak jauh, telah mengubah dinamika komunikasi antara atasan dan bawahan. *Email*, pesan instan, dan konferensi video memungkinkan komunikasi yang lebih cepat namun juga menimbulkan tantangan baru. Tanpa interaksi tatap muka, isyarat nonverbal yang penting sering hilang, meningkatkan risiko kesalahpahaman. Untuk mengatasinya, perlu adanya kesadaran akan keterbatasan media digital dan upaya ekstra untuk memastikan kejelasan pesan. Misalnya, diskusi kompleks atau sensitif sebaiknya dilakukan melalui panggilan video daripada pesan teks. Selain itu, dalam lingkungan kerja jarak jauh, penting untuk menetapkan ritme komunikasi yang teratur, seperti *check-in* harian, laporan kemajuan mingguan, atau pertemuan tim rutin untuk memastikan informasi tetap mengalir dengan baik. Dengan menyadari tantangan khusus komunikasi digital dan mengambil langkah proaktif untuk mengatasinya, organisasi dapat mempertahankan komunikasi vertikal yang efektif meskipun dalam lingkungan kerja yang berubah.

C. Negosiasi dan Persuasi dalam Lingkungan Bisnis

Negosiasi adalah proses diskusi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam konteks bisnis, negosiasi melibatkan upaya untuk menyelaraskan kepentingan yang berbeda, seperti saat menetapkan harga dengan distributor, menyusun syarat kontrak kerja sama, atau menyelesaikan konflik dengan klien. Negosiasi yang efektif tidak berfokus pada kemenangan satu pihak saja, melainkan pada pencapaian hasil yang dapat diterima oleh semua pihak yang terlibat. Sedangkan persuasi adalah proses mempengaruhi sikap, keyakinan, atau perilaku seseorang melalui argumen yang logis, fakta yang meyakinkan, atau daya tarik emosional. Dalam bisnis, persuasi digunakan untuk meyakinkan klien membeli produk, mempengaruhi *stakeholder* untuk mendukung inisiatif baru, atau menginspirasi tim untuk mengadopsi perubahan. Berbeda dengan manipulasi, persuasi yang etis menghormati otonomi pihak lain dan mengandalkan kebenaran serta transparansi.

Kemampuan negosiasi dan persuasi menjadi sangat penting dalam lingkungan bisnis (Mahajan et al., 2022). Hal ini disebabkan beberapa alasan. Pertama, kedua keterampilan ini memungkinkan terciptanya solusi *win-win* yang menjaga hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung, reputasi dan hubungan yang baik seringkali menjadi aset berharga. Kedua, negosiasi yang efektif dapat mengoptimalkan nilai yang diperoleh dari setiap transaksi atau kesepakatan, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Contohnya, sebuah *startup* teknologi mungkin bernegosiasi tidak hanya soal harga dengan investor, tetapi juga akses ke jaringan bisnis, *mentorship*, atau sumber daya lain. Ketiga, keterampilan persuasi memungkinkan organisasi untuk mendapatkan dukungan atas ide, produk, atau inisiatif baru. Dalam lingkungan yang kompetitif, kemampuan untuk meyakinkan pelanggan, investor, atau bahkan karyawan sendiri menjadi pembeda penting. Keempat, baik negosiasi maupun persuasi memfasilitasi penyelesaian konflik dan mendorong kolaborasi, yang penting untuk produktivitas dan inovasi dalam organisasi.



Gambar 15. Situasi Negosiasi dalam Bisnis

Negosiasi yang efektif membutuhkan persiapan dan pendekatan strategis. Beberapa langkah yang dapat dijadikan acuan, diantaranya adalah:

1. Persiapan menyeluruh, memahami dengan jelas apa yang ingin dicapai, menentukan batas minimal yang dapat diterima (BATNA - Best Alternative To a Negotiated Agreement), dan mengumpulkan informasi tentang pihak lain, termasuk kebutuhan, prioritas, dan batasan mereka (Murphy & Caskey, 2024). Contoh nyata adalah saat melamar pekerjaan, di mana pencari kerja harus mengetahui ekspektasi gaji pasar, benefit standar industri, dan apa nilai minimum yang dapat mereka terima sebelum memulai negosiasi dengan calon pemberi kerja.
2. Fokus pada kepentingan, bukan posisi, cari pemahaman lebih dalam tentang apa yang sebenarnya diinginkan pihak lain. Misalnya, saat negosiasi dengan klien yang menginginkan diskon besar, mungkin yang mereka butuhkan sebenarnya adalah cara untuk menjustifikasi pembelian kepada manajemen mereka, yang bisa diatasi dengan paket layanan tambahan atau persyaratan pembayaran yang lebih fleksibel, misalnya dengan pembayaran bertahap.
3. Negosiasi efektif dengan menciptakan opsi yang menguntungkan kedua belah pihak. Hal ini melibatkan *brainstorming* yang kreatif dan eksplorasi berbagai kemungkinan solusi. Sebagai contoh, sebuah perusahaan ritel mungkin bernegosiasi dengan manajer mall untuk mendapatkan pengurangan sewa selama masa renovasi pusat perbelanjaan, dengan imbalan perpanjangan kontrak yang lebih panjang.

4. Menggunakan kriteria objektif untuk mengevaluasi opsi dan menyelesaikan perbedaan. Dalam negosiasi jual-beli properti, misalnya, harga jual properti serupa di area yang sama dapat menjadi dasar acuan harga yang objektif.
5. Membangun komunikasi efektif selama proses negosiasi, mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan klarifikasi, dan menyampaikan ide dengan jelas dan persuasif. Penting juga untuk tetap tenang dan profesional, bahkan dalam situasi yang tegang, karena emosi yang tidak terkendali dapat mengganggu proses negosiasi.

Selain negosiasi, persuasi yang efektif juga melibatkan beberapa elemen kunci.

1. Kredibilitas pembicara. Audiens cenderung lebih mudah dipersuasi oleh orang yang mereka percaya memiliki keahlian, pengalaman, atau otoritas yang relevan. Seorang dokter yang merekomendasikan suplemen kesehatan, misalnya, lebih persuasif daripada penjual biasa.
2. Argumen yang kuat dan didukung data menjadi fondasi terjadinya persuasi yang logis. Saat mempresentasikan proposal bisnis kepada investor, pengusaha yang menunjukkan analisis pasar mendalam dan proyeksi finansial yang realistis lebih meyakinkan daripada yang hanya mengandalkan antusiasme.
3. Kemampuan memainkan emosi yang dapat memperkuat pesan. Kampanye pemasaran yang sukses sering menggabungkan data dengan *storytelling* yang membangkitkan emosi, seperti iklan asuransi yang menunjukkan bagaimana produk mereka memberikan ketenangan pikiran bagi keluarga.
4. Mempertimbangkan sudut pandang audiens dan menyesuaikan pesan sesuai kebutuhan, nilai, dan gaya komunikasi mereka. Misalnya, saat mempresentasikan ide produk skincare baru, untuk tim pemasaran Anda fokus pada keunikan *positioning* dan target pasar, sementara untuk tim manufaktur, Anda lebih menekankan efisiensi proses produksi dan ketersediaan bahan baku.
5. Timing dan konteks yang tepat berperan penting dalam persuasi. Contohnya, usulan untuk menambah staf *customer service* akan lebih mudah diterima setelah ada lonjakan keluhan pelanggan di media sosial, atau saat perusahaan baru melaporkan peningkatan penjualan. Perlu diingat bahwa persuasi etis selalu menghormati kebebasan audiens untuk membuat keputusan sendiri berdasarkan informasi yang akurat, bukan manipulasi atau tekanan.

Hambatan dalam negosiasi dan persuasi sering muncul dalam praktik bisnis sehari-hari, namun dapat diatasi dengan pendekatan yang tepat. Salah

satu hambatan umum adalah perbedaan budaya, terutama dalam bisnis global. Misalnya, di beberapa budaya Asia, komunikasi tidak langsung dan penghindaran konflik dihargai, sementara di banyak budaya Barat, komunikasi langsung lebih disukai. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk melakukan riset budaya sebelumnya dan mengadopsi pendekatan yang sensitif terhadap norma komunikasi lokal. Hambatan lain adalah bias kognitif seperti bias konfirmasi (kecenderungan mencari informasi yang mendukung keyakinan awal) atau efek jangkar (terlalu dipengaruhi oleh informasi awal). Untuk mengatasi bias ini, gunakan data objektif, minta perspektif dari pihak netral, dan secara sadar mempertimbangkan alternatif.

Konflik kepentingan dan agenda tersembunyi juga sering menghambat negosiasi efektif. Transparansi dan fokus pada kepentingan bersama dapat membantu mengatasi hambatan ini. Misalnya, dalam negosiasi antara departemen dalam organisasi, memperjelas bagaimana hasil yang diusulkan mendukung tujuan organisasi secara keseluruhan dapat membantu mengatasi pandangan sempit departemen. Tekanan waktu sering menjadi hambatan lain, keputusan yang terburu-buru dapat mengorbankan nilai jangka panjang untuk penyelesaian cepat. Strategi mengatasinya termasuk menetapkan tenggat waktu yang realistis dari awal dan membagi negosiasi kompleks menjadi tahapan yang lebih kecil. Terakhir, hambatan emosional seperti ego atau harga diri juga dapat menghalangi kesepakatan. Jika emosi memanas, seperti dalam negosiasi kontrak dengan vendor, dengan mengambil jeda terlebih dahulu atau fokus kembali pada tujuan utama dapat membantu menenangkan situasi dan membuat negosiasi lebih produktif.

D. Presentasi Bisnis yang Efektif

Presentasi bisnis adalah aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, ide, atau proposal kepada audiens dalam konteks profesional. Presentasi yang efektif tidak hanya tentang slide yang menarik secara visual, tetapi juga tentang cara penyampaian pesan yang jelas dan meyakinkan.



Gambar 16. Presentasi dalam Lingkungan Bisnis

Sebagaimana telah dibahas pada Bab III mengenai komunikasi verbal yang efektif, presentasi bisnis membutuhkan kemampuan pengorganisasian pesan yang baik dan penyampaian yang terstruktur. Dalam konteks bisnis, presentasi yang berhasil dapat menentukan apakah sebuah proyek akan mendapatkan persetujuan, apakah klien akan menandatangani kontrak, atau apakah tim akan menjalankan strategi baru. Misalnya, seorang manajer pemasaran yang mempresentasikan kampanye baru kepada direksi perlu menyajikan tidak hanya konsep kreatif, tetapi juga data pendukung, analisis kompetitor, proyeksi hasil, dan rencana implementasi secara terorganisir dan meyakinkan.

Persiapan menjadi kunci utama dalam presentasi bisnis yang efektif. Diantaranya adalah:

1. Menganalisis audiens, memahami siapa yang akan hadir, apa level pengetahuan mereka tentang topik, apa yang mereka harapkan dari presentasi, dan bagaimana membuat presentasi relevan dengan kebutuhan mereka. Misalnya, presentasi kepada tim teknis akan berbeda dengan presentasi kepada eksekutif senior atau investor.

2. Menentukan tujuan yang jelas dan spesifik, apakah untuk menginformasikan, meyakinkan, mendapatkan persetujuan, atau menggerakkan audiens untuk bertindak.
3. Menyusun struktur presentasi yang logis, biasanya terdiri dari pembukaan yang menarik perhatian, isi yang terorganisir dengan baik, dan penutupan yang memperkuat pesan utama. Sebagaimana dijelaskan dalam konsep "organisasi pesan" pada Bab III, penting untuk menyusun presentasi dengan alur yang mudah diikuti oleh audiens. Persiapan juga meliputi pembuatan materi pendukung seperti slide, handout, atau demonstrasi yang memperkuat pesan verbal, serta latihan yang cukup untuk memastikan penyampaian yang lancar dan percaya diri.
4. Penggunaan *visual aid* atau alat bantu visual seperti slide PowerPoint atau Keynote menjadi komponen penting dalam presentasi bisnis modern, namun perlu digunakan secara efektif. Prinsip dasar dalam merancang slide presentasi adalah kesederhanaan dan kejelasan. Hindari slide yang terlalu padat dengan teks dan gunakan poin-poin utama saja, dengan ukuran font yang cukup besar untuk terbaca dari jarak jauh.
5. Visualisasi data melalui grafik, bagan, atau infografis dapat membantu audiens memahami informasi kompleks dengan lebih mudah. Misalnya, tren penjualan akan lebih mudah dipahami melalui grafik garis daripada tabel angka.
6. Konsistensi dalam penggunaan warna, font, dan tata letak membuat presentasi terlihat profesional dan tidak mengalihkan perhatian dari pesan utama.
7. Gunakan gambar dan ilustrasi yang relevan dan berkualitas tinggi untuk memperkuat pesan.

Namun perlu diingat bahwa slide adalah pendukung presentasi, bukan pengganti, sehingga presenter tetap menjadi fokus utama dan pembawa pesan. Dalam konteks ini, seperti dijelaskan pada Bab IV tentang komunikasi nonverbal, elemen visual dalam slide presentasi berfungsi untuk "melengkapi" komunikasi verbal yang disampaikan oleh presenter. Penyampaian atau *delivery* menjadi faktor krusial yang membedakan presentasi biasa dengan presentasi yang berkesan dan efektif. Aspek verbal dalam penyampaian meliputi kejelasan artikulasi, tempo bicara yang sesuai (tidak terlalu cepat atau lambat), variasi intonasi untuk menekankan poin-poin penting, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan audiens. Aspek nonverbal seperti yang telah dibahas pada Bab IV juga berperan signifikan, termasuk postur tubuh yang tegap namun rileks, kontak mata dengan berbagai bagian audiens, gerakan tangan yang natural

untuk memperkuat pesan, dan ekspresi wajah yang menunjukkan antusiasme dan keyakinan.

Management of space atau pengelolaan ruang juga penting, bergerak di area presentasi, tidak hanya berdiri kaku di satu titik. Dalam presentasi virtual yang semakin umum di era digital, sebagaimana dibahas pada Bab VI, presenter perlu mengadaptasi teknik penyampaian, memastikan pencahayaan yang baik, posisi kamera yang tepat, kualitas audio yang jelas, dan interaksi yang lebih sering untuk mempertahankan perhatian audiens yang mungkin lebih mudah teralihkan dalam setting online.

Interaksi dengan audiens membuat presentasi lebih dinamis dan efektif. Terdapat berbagai teknik untuk melibatkan audiens, seperti mengajukan pertanyaan, meminta pendapat, menggunakan *polling* (terutama dalam presentasi virtual), atau bahkan melibatkan audiens dalam demonstrasi singkat. Misalnya, seorang presenter yang memperkenalkan perangkat lunak baru dapat mengundang beberapa peserta untuk mencoba fitur tertentu, menciptakan pengalaman langsung yang lebih berkesan. Sesi tanya-jawab menjadi bagian penting dalam banyak presentasi bisnis. Untuk mengelolanya secara efektif, presenter perlu mendengarkan pertanyaan dengan penuh perhatian (menerapkan prinsip mendengarkan aktif dari Bab II), memahami esensi pertanyaan sebelum menjawab, dan memberikan jawaban yang jelas dan ringkas. Ketika menghadapi pertanyaan sulit atau kritis, penting untuk tetap tenang dan profesional, mengakui keterbatasan pengetahuan jika memang tidak tahu jawabannya, dan berjanji untuk menindaklanjuti kemudian. Kemampuan menangani pertanyaan dengan baik sering kali sama pentingnya dengan presentasi utama dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens.

Beberapa tantangan umum dalam presentasi bisnis dan cara mengatasinya perlu dipahami oleh komunikator yang efektif:

1. Kecemasan presentasi atau "*stage fright*" adalah masalah yang umum dialami bahkan oleh presenter berpengalaman. Strategi untuk mengatasinya termasuk persiapan menyeluruh, latihan berulang, teknik pernapasan untuk menenangkan diri, mengubah cara pandang terhadap kecemasan sebagai bentuk energi positif.
2. Tantangan lain adalah mempertahankan perhatian audiens, terutama dalam presentasi yang panjang atau teknis. Ini dapat diatasi dengan variasi dalam cara penyampaian, penggunaan *storytelling* untuk membuat konten lebih relatable, pembagian presentasi menjadi segmen-segmen yang terkelola,

dan secara berkala merangkum poin-poin utama untuk membantu audiens mengikuti alur presentasi.

3. Dalam presentasi yang melibatkan audiens heterogen (seperti campuran eksekutif bisnis dan teknisi), presenter perlu menyeimbangkan detail teknis dengan implikasi bisnis yang lebih luas, dan menggunakan analogi atau metafora untuk menjelaskan konsep kompleks dengan cara yang dapat dipahami oleh semua peserta.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi efektif yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, presenter dapat menyampaikan pesan bisnis mereka dengan lebih meyakinkan dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

E. Komunikasi Lintas Departemen dan Organisasi

Komunikasi lintas departemen dan organisasi adalah proses pertukaran informasi dan gagasan yang terjadi antara berbagai bagian dalam perusahaan atau antara beberapa organisasi yang berbeda. Setiap departemen dalam perusahaan memiliki fungsi khusus, budaya kerja yang berbeda, dan anggota dengan beragam karakter serta keahlian. Misalnya, departemen pemasaran umumnya diisi oleh orang-orang kreatif dan berorientasi pada pelanggan, sementara departemen keuangan cenderung berisi individu yang teliti dan fokus pada angka. Perbedaan ini menciptakan tantangan tersendiri dalam membangun komunikasi yang efektif, karena setiap kelompok memiliki cara pandang dan prioritas berbeda dalam melihat suatu masalah atau proyek.



Gambar 17. Komunikasi Lintas Departemen dalam Organisasi

Dalam organisasi modern, pentingnya komunikasi lintas departemen semakin dirasakan karena beberapa alasan. Pertama, persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk bergerak cepat dan responsif, yang hanya mungkin terjadi jika seluruh bagian organisasi dapat bekerja sebagai satu kesatuan yang terkoordinasi dengan baik. Kedua, era spesialisasi keahlian menyebabkan tidak ada satu departemen pun yang dapat menyelesaikan proyek kompleks sendirian. Departemen IT membutuhkan masukan dari pengguna di departemen lain, tim produk membutuhkan wawasan dari bagian layanan pelanggan, dan departemen operasional memerlukan panduan dari bagian standar kualitas (Quality Assurance). Ketiga, tuntutan efisiensi dan pengurangan biaya mendorong organisasi untuk memaksimalkan sinergi antar departemen.

Di era digital saat ini, komunikasi lintas departemen menghadapi perubahan signifikan dalam pola dan praktiknya. Bekerja jarak jauh atau model kerja hibrid telah menjadi norma baru di banyak perusahaan, mengubah cara departemen berinteraksi. Tim yang dulunya dapat bertemu secara langsung di kantor kini harus mengandalkan teknologi untuk berkolaborasi. Platform seperti Slack, Microsoft Teams menjadi ruang kerja virtual di mana anggota dari berbagai departemen dapat berbagi informasi, mendiskusikan proyek, dan menyelesaikan masalah bersama.

Automatisasi dan sistem terintegrasi juga mengubah komunikasi antar departemen. Misalnya, sistem ERP (Enterprise Resource Planning) modern memungkinkan informasi mengalir secara otomatis (Mandava, 2024) dari departemen penjualan ke gudang, produksi, dan keuangan tanpa perlu komunikasi manual. Data yang sama dapat diakses oleh berbagai departemen, meskipun dengan tampilan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Namun, teknologi seperti ini juga menciptakan tantangan baru, misalnya ketergantungan pada sistem dapat mengurangi interaksi manusia yang seringkali penting untuk membangun kepercayaan dan pemahaman mendalam antar departemen.

Tren struktur organisasi yang lebih datar dan berorientasi pada proyek juga memengaruhi komunikasi lintas departemen. Banyak perusahaan bergerak menjauh dari struktur hierarkis tradisional menuju model matriks atau berbasis tim, di mana karyawan dari berbagai departemen dibawa bersama untuk mengerjakan proyek spesifik. Dalam model ini, komunikasi menjadi lebih langsung dan tidak terikat jalur pelaporan formal. Namun, ini juga dapat menciptakan kebingungan tentang prioritas dan jalur pengambilan keputusan jika tidak dikelola dengan baik.

Dalam praktiknya, komunikasi lintas departemen di era sekarang sering terbentur pada beberapa hambatan utama. Pertama, terkait sikap departemen yang lebih mengutamakan tujuan departemennya sendiri daripada tujuan perusahaan secara keseluruhan. Kedua, perbedaan dalam penggunaan teknologi dan keterampilan digital antar departemen dapat menciptakan kesenjangan komunikasi, misalnya departemen teknologi mungkin lebih nyaman dengan alat digital terbaru, sementara departemen lain mungkin lebih mengandalkan email atau pertemuan tatap muka. Ketiga, volume informasi yang berlimpah dapat menyebabkan kelebihan beban informasi, di mana pesan penting tenggelam dalam lautan notifikasi dan komunikasi, sehingga membuat pesan tidak terbalas.

Organisasi yang berhasil mengatasi tantangan ini umumnya menerapkan beberapa pendekatan efektif. Pertama, membangun "bahasa bersama" yang dapat dipahami oleh semua departemen, mengurangi jargon teknis dan mengembangkan kosakata umum untuk konsep-konsep penting. Kedua, mendesain proses kerja yang secara alami mendorong kolaborasi lintas departemen, seperti melibatkan pertemuan harian dan evaluasi berkala dengan pemangku kepentingan dari berbagai departemen. Ketiga, menciptakan ruang (baik fisik maupun virtual) di mana anggota dari berbagai departemen dapat berinteraksi secara informal, membangun hubungan pribadi, dan berbagi wawasan di luar struktur formal.

Pada tingkat individu, keterampilan komunikasi yang efektif menjadi semakin penting dalam konteks lintas departemen. Kemampuan untuk menerjemahkan konsep teknis menjadi bahasa yang dapat dipahami oleh non-spesialis, keterampilan mendengarkan aktif untuk memahami perspektif departemen lain, dan kesediaan untuk menempatkan tujuan organisasi di atas tujuan departemen menjadi ciri-ciri komunikator yang efektif dalam setting lintas departemen.

Dalam hubungan antar organisasi, teknologi telah memungkinkan integrasi yang lebih dalam dengan mitra bisnis eksternal. Banyak perusahaan kini memberikan akses terbatas pada sistem internalnya kepada pemasok atau distributor kunci untuk memfasilitasi koordinasi yang lebih baik. Contohnya, produsen elektronik yang memberikan pemasok komponen akses ke sistem perencanaan produksinya, memungkinkan pemasok untuk melihat perkiraan kebutuhan dan menyesuaikan produksi mereka tanpa perlu komunikasi manual.

Organisasi yang sukses adalah yang dapat beradaptasi dengan cepat, membangun saluran komunikasi darurat yang efektif, dan memastikan semua departemen tetap selaras dengan prioritas yang berubah. Pendekatan terpusat

namun transparan sering kali efektif dalam situasi seperti ini, di mana tim manajemen krisis dengan perwakilan dari berbagai departemen membuat keputusan bersama dan mengkomunikasikannya secara konsisten ke seluruh organisasi.

Ke depan, tren seperti kecerdasan buatan dan analitik data kemungkinan akan semakin mengubah komunikasi lintas departemen. AI dapat membantu menjembatani kesenjangan pemahaman dengan menerjemahkan jargon teknis, mengidentifikasi pola komunikasi yang tidak efektif, atau bahkan menyarankan kolaborasi antar departemen berdasarkan kesamaan proyek atau kepentingan. Namun, teknologi ini juga membawa tantangan baru terkait privasi, kepercayaan, dan ketergantungan teknologi yang perlu dikelola dengan hati-hati.

Dalam menghadapi kompleksitas komunikasi lintas departemen dan organisasi di era sekarang, pendekatan yang menyeimbangkan struktur formal dengan fleksibilitas, teknologi dengan interaksi manusia, dan efisiensi dengan empati akan menghasilkan hasil terbaik. Pada akhirnya, komunikasi yang efektif tidak hanya tentang pertukaran informasi, tetapi juga tentang membangun pemahaman bersama dan komitmen kolektif terhadap tujuan organisasi.



KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

A. Pemahaman Perbedaan Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya adalah proses pertukaran pesan yang terjadi antara individu atau kelompok yang memiliki latar belakang budaya berbeda, melibatkan perbedaan nilai, norma, keyakinan, bahasa, dan cara pandang dalam memaknai dunia. Dalam era globalisasi saat ini, kemampuan berkomunikasi secara efektif lintas budaya menjadi semakin penting, tidak hanya dalam konteks bisnis internasional tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat yang semakin multikultural. Sebagaimana telah dibahas pada Bab I, "komunikasi dikatakan efektif jika dalam proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik atau memiliki kesamaan makna oleh komunikan." Namun dalam komunikasi antarbudaya, menciptakan kesamaan makna menjadi lebih kompleks karena setiap budaya memiliki sistem makna yang berbeda dalam menginterpretasikan simbol, bahasa, dan perilaku komunikasi (Ting-Toomey & Dorjee, 2018). Misalnya, ketika seorang eksekutif Indonesia melakukan negosiasi bisnis dengan mitra dari Jerman, perbedaan dalam pendekatan komunikasi langsung versus tidak langsung dapat menciptakan kesalahpahaman jika tidak dipahami dengan baik. Orang Indonesia cenderung menggunakan komunikasi tidak langsung dan menghindari konfrontasi langsung untuk menjaga harmoni, sementara orang Jerman umumnya menghargai komunikasi yang terus terang dan langsung ke inti persoalan.

Memahami komunikasi antarbudaya memerlukan kesadaran akan beberapa aspek fundamental yang membedakan cara berkomunikasi antar budaya. Pertama, orientasi terhadap konteks komunikasi, di mana beberapa budaya menggunakan komunikasi konteks tinggi (*high-context*) yang mengandalkan isyarat nonverbal, situasi, dan pemahaman implisit, sementara budaya lain menggunakan komunikasi konteks rendah (*low-context*) yang lebih mengandalkan kata-kata eksplisit dan pesan langsung (Ting-Toomey & Dorjee, 2018). Budaya Asia seperti Jepang dan Korea umumnya termasuk budaya konteks tinggi, di mana banyak informasi disampaikan melalui gestur, ekspresi wajah, dan pemahaman situasional. Sebaliknya, budaya Barat seperti Amerika Serikat dan Jerman cenderung menggunakan komunikasi konteks rendah yang mengandalkan kejelasan verbal. Kedua, orientasi waktu yang berbeda, di mana beberapa budaya memiliki orientasi waktu monokronik (linear, tepat waktu, fokus pada satu tugas) seperti budaya Jerman dan Swiss, sementara budaya lain memiliki orientasi waktu polikronik (fleksibel, multitasking, hubungan lebih penting dari jadwal) seperti banyak budaya Amerika Latin dan Afrika. Ketiga, jarak kekuasaan (*power distance*) yang menentukan seberapa besar penerimaan terhadap hierarki dan ketidaksetaraan dalam masyarakat, yang berpengaruh pada cara berkomunikasi dengan atasan atau bawahan. Keempat, individualisme versus kolektivisme, di mana budaya individualis menekankan pencapaian personal dan komunikasi langsung, sementara budaya kolektivistis memprioritaskan keharmonisan kelompok dan komunikasi yang menjaga muka.

Dalam praktik komunikasi antarbudaya, terdapat berbagai hambatan yang dapat mengganggu efektivitas pertukaran pesan. Hambatan bahasa merupakan kendala paling nyata, tidak hanya dalam hal perbedaan kosakata tetapi juga dalam struktur gramatikal, idiom, dan makna konotatif yang berbeda antar bahasa. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab I tentang hambatan komunikasi, "kendala bahasa seringkali menjadi penyebab hambatan komunikasi yang dapat terjadi baik di komunikator maupun komunikan." Dalam konteks antarbudaya, hambatan ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan tidak hanya ketidakpahaman literal tetapi juga perbedaan dalam gaya komunikasi. Misalnya, konsep "ya" dalam budaya Jepang tidak selalu berarti persetujuan tetapi seringkali hanya mengindikasikan bahwa mereka mendengarkan, sementara dalam budaya Barat "ya" umumnya diinterpretasikan sebagai kesepakatan. Hambatan stereotip dan prasangka juga sering mengganggu komunikasi antarbudaya, di mana individu memiliki asumsi yang sudah terbentuk sebelumnya tentang karakteristik kelompok budaya tertentu

tanpa mengenal individu secara personal. Stereotip ini dapat menyebabkan bias dalam interpretasi pesan dan perilaku komunikasi. Sebagai contoh, asumsi bahwa orang Asia selalu patuh dan tidak kritis dapat membuat komunikator dari budaya lain tidak memberikan ruang yang cukup untuk partisipasi dalam diskusi, padahal sebenarnya perbedaan gaya komunikasi yang membuat mereka tampak kurang vokal.

Hambatan nonverbal juga menjadi tantangan signifikan dalam komunikasi antarbudaya, sebagaimana dibahas pada Bab IV tentang komunikasi nonverbal. Perbedaan dalam interpretasi gesture, kontak mata, jarak fisik, dan ekspresi wajah dapat menimbulkan kesalahpahaman yang serius. Misalnya, dalam budaya Arab, kontak mata yang intens menunjukkan kejujuran dan rasa hormat, sementara dalam beberapa budaya Asia, kontak mata langsung dengan orang yang lebih tua atau berstatus lebih tinggi dapat dianggap tidak sopan. Begitu pula dengan konsep jarak fisik personal yang berbeda-beda antar budaya, di mana budaya Amerika Latin dan Timur Tengah umumnya nyaman dengan jarak yang lebih dekat dalam percakapan, sementara budaya Asia Timur dan Eropa Utara lebih menyukai jarak yang lebih jauh. Hambatan nilai dan norma budaya juga sering muncul ketika sistem kepercayaan fundamental berbeda antar budaya, seperti perbedaan dalam memandang hierarki, peran gender, pentingnya keluarga versus individu, atau pendekatan terhadap konflik. Dalam budaya yang menghargai harmoni dan menghindari konflik, kritik langsung dapat dianggap sangat ofensif, sementara dalam budaya yang menghargai keterbukaan, kurangnya kritik konstruktif dapat diartikan sebagai ketidakpedulian atau kurangnya komitmen.

Perbedaan dalam gaya pengambilan keputusan juga dapat menjadi sumber hambatan komunikasi antarbudaya. Beberapa budaya mengutamakan proses konsensus yang melibatkan diskusi panjang dengan semua pihak sebelum mencapai keputusan, sementara budaya lain lebih menyukai pengambilan keputusan yang cepat dan hierarkis. Misalnya, dalam budaya Jepang, proses *nemawashi* (membangun konsensus secara informal sebelum rapat resmi) sangat penting (Kawaguchi, 2024), sementara dalam budaya Amerika, keputusan sering dibuat dengan cepat dalam rapat dan langsung diimplementasikan. Hambatan asumsi dan ekspektasi yang tidak terungkapkan juga sering terjadi, di mana masing-masing pihak memiliki ekspektasi berbeda tentang bagaimana komunikasi seharusnya berlangsung tanpa mengkomunikasikan ekspektasi tersebut secara eksplisit. Hal ini dapat menciptakan frustrasi

dan kesalahpahaman ketika perilaku komunikasi tidak sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengatasi berbagai hambatan ini, diperlukan pengembangan kompetensi komunikasi antarbudaya yang mencakup kesadaran budaya (*cultural awareness*), pengetahuan budaya (*cultural knowledge*), keterampilan komunikasi antarbudaya (*cross-cultural communication skills*), dan adaptabilitas komunikasi (*communication adaptability*). Dengan memahami perbedaan-perbedaan mendasar ini dan mengembangkan sensitivitas terhadap keberagaman cara berkomunikasi, individu dapat membangun jembatan pemahaman yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih efektif lintas batas budaya.

B. Menghindari Stereotip dan Bias dalam Komunikasi Antarbudaya

Stereotip dan bias merupakan hambatan utama dalam komunikasi antarbudaya yang dapat merusak kualitas interaksi dan menciptakan kesalahpahaman yang mendalam. Stereotip adalah generalisasi yang berlebihan terhadap karakteristik kelompok tertentu berdasarkan asumsi yang tidak akurat atau tidak lengkap, sementara bias adalah kecenderungan untuk memberikan penilaian yang tidak objektif atau berprasangka terhadap individu atau kelompok berdasarkan latar belakang budaya mereka. Dalam konteks komunikasi, stereotip dan bias dapat menyebabkan distorsi dalam proses *encoding* dan *decoding* pesan, sebagaimana telah dibahas pada Bab I tentang proses komunikasi. Ketika seseorang memiliki stereotip terhadap budaya tertentu, mereka cenderung menginterpretasikan pesan dan perilaku komunikasi berdasarkan asumsi yang sudah terbentuk sebelumnya, bukan berdasarkan konteks aktual atau makna yang sesungguhnya ingin disampaikan. Misalnya, stereotip bahwa orang Asia selalu pasif dan tidak berinisiatif dapat menyebabkan manajer di perusahaan multinasional tidak memberikan kesempatan yang setara kepada karyawan Asia untuk memimpin proyek atau menyampaikan ide, padahal sebenarnya mereka mungkin memiliki gaya komunikasi yang berbeda yang lebih menghargai proses konsultasi dan konsensus sebelum mengambil inisiatif.



Gambar 18. Stereotip Dapat Menghambat Komunikasi Antarbudaya

Berbagai jenis stereotip sering muncul dalam komunikasi antarbudaya dan dapat dikategorikan berdasarkan aspek-aspek tertentu. Pertama, stereotip berdasarkan karakteristik komunikasi, seperti anggapan bahwa orang Jerman selalu kasar dan tidak sensitif karena gaya komunikasi langsung mereka, atau bahwa orang Jepang selalu setuju dengan segala hal karena mereka jarang mengungkapkan ketidaksetujuan secara eksplisit. Kedua, stereotip berdasarkan kemampuan profesional, seperti asumsi bahwa orang dari negara berkembang kurang kompeten dalam teknologi, atau bahwa orang dari budaya tertentu tidak dapat bekerja dalam tim karena terlalu individualis atau sebaliknya terlalu bergantung pada kelompok. Ketiga, stereotip berdasarkan nilai dan prioritas, seperti anggapan bahwa orang Amerika hanya peduli dengan keuntungan finansial dan tidak memperhatikan hubungan personal, atau bahwa orang dari budaya kolektifis tidak memiliki kreativitas individual. Keempat, stereotip berdasarkan perilaku sosial, seperti asumsi bahwa orang dari budaya tertentu selalu terlambat karena orientasi waktu yang berbeda, atau bahwa mereka tidak dapat dipercaya karena cara mereka mengekspresikan komitmen berbeda dengan norma budaya mayoritas. Kelima, stereotip berdasarkan kemampuan bahasa, di mana kemampuan berbahasa seseorang dalam bahasa kedua sering dikaitkan dengan tingkat kecerdasan atau kompetensi profesional mereka secara keseluruhan.

Dampak stereotip dan bias dalam komunikasi antarbudaya sangat merugikan bagi semua pihak yang terlibat. Bagi individu yang menjadi target stereotip, hal ini dapat menyebabkan perasaan tidak dihargai, frustrasi, dan penurunan motivasi untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi. Seperti yang telah dibahas pada Bab II tentang mendengarkan secara efektif, "gangguan

psikologis dapat terjadi karena adanya bias saat mendengarkan, prasangka, dan perbedaan budaya." Ketika seseorang merasa bahwa lawan bicaranya memiliki prasangka terhadap budaya mereka, kemampuan mereka untuk mendengarkan secara aktif dan memberikan respons yang konstruktif dapat terganggu. Dalam konteks profesional, stereotip dapat menghambat pengembangan karir, mengurangi peluang untuk mendapatkan tanggung jawab yang lebih besar, dan menciptakan lingkungan kerja yang tidak inklusif. Misalnya, seorang insinyur yang berasal dari India mungkin selalu ditugaskan pada proyek-proyek teknis tetapi tidak pernah diberi kesempatan untuk memimpin tim atau berinteraksi dengan klien karena stereotip bahwa mereka kurang mampu dalam komunikasi interpersonal, padahal sebenarnya mereka mungkin memiliki kemampuan kepemimpinan yang excellent.

Bagi organisasi, stereotip dan bias dapat menyebabkan hilangnya talenta terbaik, menurunnya inovasi karena keberagaman perspektif tidak dihargai, dan terciptanya kultur organisasi yang homogen dan kurang adaptif. Dalam tim multikultural, stereotip dapat menghambat kolaborasi efektif dan menciptakan fragmentasi berdasarkan garis budaya. Hal ini bertentangan dengan prinsip komunikasi dalam tim kerja yang telah dibahas pada Bab VII, di mana efektivitas tim bergantung pada kemampuan anggota untuk saling memahami dan menghargai kontribusi masing-masing tanpa prasangka.

Untuk menghindari stereotip dan bias dalam komunikasi antarbudaya, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan secara individual maupun organisasional. Pertama, mengembangkan kesadaran diri (*self-awareness*) tentang bias dan stereotip yang mungkin kita miliki. Ini melibatkan refleksi jujur tentang asumsi-asumsi yang kita bawa dalam interaksi antarbudaya dan kesediaan untuk mengakui bahwa perspektif kita mungkin terbatas atau tidak akurat. Sebagaimana dijelaskan pada prinsip komunikasi di Bab I, "komunikasi dimulai dari diri individu itu sendiri. Cara individu memandang dirinya akan berpengaruh pada bagaimana individu tersebut akan melakukan komunikasi." Dalam konteks antarbudaya, cara kita memandang budaya lain dan posisi budaya kita sendiri akan sangat mempengaruhi kualitas komunikasi yang terjalin. Latihan refleksi diri dapat dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan seperti "Asumsi apa yang saya miliki tentang budaya ini?", "Darimana asumsi tersebut berasal?", atau "Apakah pengalaman langsung saya dengan individu dari budaya tersebut mendukung atau menentang asumsi saya?"

Kedua, mencari pengalaman langsung dan interaksi personal dengan individu dari berbagai latar belakang budaya. Kontak langsung yang bermakna

dapat membantu mengurangi stereotip karena memungkinkan kita melihat keunikan dan kompleksitas individu daripada melihat mereka hanya sebagai representasi dari kelompok budaya mereka. Dalam konteks profesional, ini dapat dilakukan melalui program *mentoring* lintas budaya, proyek kolaboratif internasional, atau program pertukaran karyawan. Ketiga, menerapkan prinsip mendengarkan aktif yang telah dibahas pada Bab II dengan pendekatan yang spesifik untuk konteks antarbudaya. Ini berarti memberikan perhatian penuh tidak hanya pada kata-kata yang diucapkan tetapi juga pada konteks budaya yang mungkin mempengaruhi cara pesan disampaikan. Misalnya, memahami bahwa dalam beberapa budaya, ketidaksetujuan mungkin diungkapkan secara sangat halus atau melalui bahasa tubuh daripada kata-kata langsung.

Keempat, menggunakan teknik *perspective-taking*, yaitu secara sadar mencoba memahami situasi dari sudut pandang budaya lawan bicara (Wolgast & Oyserman, 2020). Ini melibatkan pertanyaan seperti "Bagaimana pesan saya mungkin diinterpretasikan dari perspektif budaya mereka?" atau "Apa yang mungkin mereka maksudkan berdasarkan konteks budaya mereka?" Kelima, menerapkan prinsip komunikasi yang berpusat pada individu (*person-centered communication*) yang telah dibahas pada Bab III, di mana kita berusaha memahami lawan bicara sebagai individu unik dengan pengalaman, nilai, dan karakteristik personal mereka sendiri, bukan hanya sebagai representasi dari kelompok budaya mereka. Keenam, mengembangkan toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance for ambiguity*), yaitu kemampuan untuk merasa nyaman dalam situasi yang tidak pasti atau tidak familiar tanpa langsung membuat asumsi berdasarkan stereotip (Ewa Krautzs, 2024). Dalam komunikasi antarbudaya, sering kali kita menghadapi perilaku atau respons yang tidak sesuai dengan ekspektasi budaya kita, dan toleransi terhadap ambiguitas memungkinkan kita untuk tetap terbuka dan mencari pemahaman yang lebih mendalam daripada langsung menghakimi.

Ketujuh, menerapkan strategi komunikasi yang terbuka dan fleksibel. Ini berarti kita perlu bersedia menyesuaikan cara kita berkomunikasi dengan mempertimbangkan latar belakang budaya, tanpa harus kehilangan jati diri. Sebagai contoh, jika kita bekerja dengan tim yang lebih mengutamakan konsensus, kita bisa menyesuaikan cara pendekatan kita dengan memberikan waktu lebih untuk berdiskusi dan memastikan semua pendapat didengarkan—walaupun gaya komunikasi kita biasanya lebih langsung dan fokus pada pengambilan keputusan. Kedelapan, mencari umpan balik (*feedback*) dari individu dari budaya lain tentang efektivitas komunikasi kita dan kesediaan

untuk belajar dari kesalahan. Seperti yang telah dibahas dalam konsep umpan balik pada Bab V, "umpan balik ini berguna untuk pembicara agar dapat menyesuaikan, memperkuat, mengubah, memodifikasi isi pesan." Dalam konteks antarbudaya, umpan balik menjadi sangat penting untuk membantu kita memahami apakah pesan kita tersampaikan dengan efektif dan apakah ada aspek komunikasi kita yang mungkin tidak sensitif terhadap perbedaan budaya.

Pada level organisasional, mencegah stereotip dan bias memerlukan pendekatan sistemik yang mencakup pengembangan kebijakan inklusif, program pelatihan kesadaran budaya, dan penciptaan kultur organisasi yang menghargai keberagaman (White, 2024). Program pelatihan tidak hanya harus fokus pada pengetahuan tentang berbagai budaya tetapi juga pada pengembangan keterampilan komunikasi antarbudaya yang praktis. Selain itu, organisasi perlu menciptakan mekanisme untuk mengidentifikasi dan mengatasi bias dalam proses rekrutmen, evaluasi kinerja, dan pengembangan karir. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara konsisten, baik individu maupun organisasi dapat menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih inklusif, di mana perbedaan budaya dilihat sebagai aset yang memperkaya perspektif dan mendorong inovasi, bukan sebagai hambatan atau sumber prasangka.

C. Adaptasi Komunikasi dalam Konteks Global

Adaptasi komunikasi dalam konteks global merupakan kemampuan untuk menyesuaikan gaya, pendekatan, dan strategi komunikasi agar efektif dalam berinteraksi dengan individu atau kelompok dari berbagai latar belakang budaya di lingkungan internasional. Era globalisasi telah menciptakan dunia yang semakin terhubung, di mana bisnis, pendidikan, teknologi, dan hubungan sosial melampaui batas-batas geografis dan budaya tradisional. Dalam konteks ini, kemampuan beradaptasi dalam komunikasi bukan lagi merupakan keterampilan tambahan, melainkan kebutuhan esensial untuk sukses dalam lingkungan multikultural. Sebagaimana telah dibahas pada Bab I tentang prinsip komunikasi, "komunikasi melibatkan orang lain" dan "komunikasi adalah peristiwa kompleks" yang melibatkan beragam aspek termasuk karakteristik komunikator dan situasi komunikasi. Dalam konteks global, kompleksitas ini meningkat secara eksponensial karena melibatkan tidak hanya perbedaan individual tetapi juga perbedaan sistem budaya yang fundamental. Adaptasi komunikasi yang efektif memungkinkan terciptanya jembatan pemahaman lintas budaya, memfasilitasi kolaborasi internasional, dan mendorong tercapainya tujuan bersama meskipun dalam keberagaman cara pandang dan nilai-nilai yang dianut oleh berbagai pihak yang terlibat.

Pentingnya adaptasi komunikasi dalam konteks global dapat dilihat dari berbagai dimensi kehidupan modern. Dalam dunia bisnis, perusahaan multinasional harus mampu berkomunikasi efektif dengan karyawan, mitra, dan pelanggan dari puluhan bahkan ratusan negara yang berbeda. Kesalahan komunikasi dalam konteks ini tidak hanya dapat menyebabkan kerugian finansial tetapi juga dapat merusak reputasi dan hubungan jangka panjang. Misalnya, kampanye pemasaran yang tidak mempertimbangkan sensitivitas budaya lokal dapat menyinggung perasaan konsumen dan menyebabkan boikot produk. Dalam bidang pendidikan, universitas-universitas terkemuka di dunia kini memiliki mahasiswa dan fakultas dari berbagai negara, membutuhkan pendekatan komunikasi yang inklusif dan adaptif untuk memastikan semua pihak dapat berpartisipasi secara optimal dalam proses pembelajaran. Baartman (2023) menyebutkan, dalam diplomasi dan hubungan internasional, kemampuan adaptasi komunikasi menjadi kunci untuk membangun konsensus, menyelesaikan konflik, dan menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan antar negara. Bahkan dalam kehidupan pribadi, media sosial dan teknologi komunikasi digital telah memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh dunia, memerlukan kesadaran dan adaptasi komunikasi untuk membangun hubungan yang bermakna lintas batas budaya.

Proses adaptasi komunikasi dalam konteks global melibatkan beberapa tahapan yang perlu dipahami dan dikuasai secara sistematis. Tahap pertama menurut Constantin et al. (2015) adalah pengembangan kesadaran budaya (*cultural awareness*), di mana individu perlu memahami bahwa cara mereka berkomunikasi sangat dipengaruhi oleh latar belakang budaya mereka sendiri dan bahwa cara ini mungkin tidak universal atau tidak selalu efektif dalam konteks budaya lain. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab I, "cara individu memandang dirinya akan berpengaruh pada bagaimana individu tersebut akan melakukan komunikasi." Dalam konteks global, ini berarti memahami bahwa perspektif budaya kita hanyalah salah satu dari banyak cara memandang dunia dan berkomunikasi. Tahap kedua adalah pentingnya pemahaman budaya, yang meliputi pemahaman tentang nilai-nilai, norma, praktik komunikasi, dan ekspektasi budaya lain. Pengetahuan ini tidak hanya mencakup aspek-aspek formal seperti protokol bisnis atau etiket sosial, tetapi juga pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana budaya tersebut memandang konsep-konsep seperti waktu, hierarki, hubungan interpersonal, dan pengambilan keputusan.

Tahap ketiga adalah pengembangan keterampilan komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication skills*), yang mencakup kemampuan

untuk menyesuaikan gaya komunikasi verbal dan nonverbal sesuai dengan konteks budaya yang dihadapi (Rosen et al., 2004) Sebagaimana dibahas pada Bab III tentang komunikasi verbal yang efektif, prinsip "*engage in person-centered communication*" menjadi sangat relevan dalam konteks global, di mana komunikator perlu memahami tidak hanya karakteristik personal lawan bicara tetapi juga latar belakang budaya yang membentuk cara mereka memproses dan merespons informasi. Tahap keempat adalah fleksibilitas komunikasi, yaitu kemampuan untuk beralih antar gaya komunikasi yang berbeda dalam satu interaksi atau bahkan dalam satu percakapan, tergantung pada respons dan kebutuhan lawan bicara. Tahap kelima adalah evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan di mana komunikator secara aktif memonitor efektivitas komunikasi mereka dan melakukan penyesuaian sesuai dengan umpan balik yang diterima.

Strategi konkret untuk adaptasi komunikasi dalam konteks global dapat diimplementasikan dalam berbagai aspek komunikasi. Dalam komunikasi verbal, adaptasi dapat meliputi penyesuaian kecepatan bicara, pemilihan kosakata yang lebih universal, penghindaran idiom atau referensi budaya yang spesifik, dan penggunaan struktur kalimat yang lebih sederhana ketika berkomunikasi dengan penutur bahasa kedua. Misalnya, dalam rapat internasional, seorang presenter yang efektif akan berbicara dengan tempo yang lebih lambat dari biasanya, menggunakan jeda yang lebih panjang untuk memungkinkan proses *mental translation*, dan secara berkala memeriksa pemahaman audiens dengan mengajukan pertanyaan seperti "Apakah penjelasan ini cukup jelas?" atau "Adakah yang perlu saya klarifikasi lebih lanjut?" Dalam komunikasi tertulis, adaptasi dapat mencakup penggunaan bahasa yang lebih formal atau informal sesuai dengan norma budaya, penyesuaian panjang pesan (beberapa budaya menghargai komunikasi yang ringkas sementara yang lain mengharapkan elaborasi yang detail), dan pemilihan saluran komunikasi yang sesuai dengan preferensi budaya (email versus panggilan telepon versus pertemuan tatap muka).

Adaptasi komunikasi nonverbal juga memerlukan perhatian khusus dalam konteks global. Sebagaimana telah dibahas pada Bab IV tentang komunikasi nonverbal, "perbedaan pada simbol-simbol tidak dapat digeneralisasi. Bisa saja simbol yang sama dimaknai secara berbeda, bergantung pada konteks budaya, kepercayaan dan pengalaman." Dalam konteks global, hal ini menjadi sangat krusial karena kesalahan interpretasi simbol nonverbal dapat menyebabkan kesalahpahaman yang serius. Misalnya, dalam budaya Arab, menunjukkan

telapak kaki kepada orang lain dianggap sangat tidak sopan, sementara dalam budaya Barat hal ini mungkin tidak memiliki konotasi negatif. Kontak mata yang dalam budaya Barat dianggap menunjukkan kejujuran dan kepercayaan diri, dalam beberapa budaya Asia dapat dianggap sebagai tantangan atau kurang menghormati hierarki. Oleh karena itu, komunikator yang efektif dalam konteks global perlu mengembangkan repertoar perilaku nonverbal yang fleksibel dan sensitivitas untuk membaca isyarat nonverbal dari berbagai tradisi budaya.

Dalam era digital, adaptasi komunikasi global juga harus mempertimbangkan perbedaan dalam penggunaan teknologi dan preferensi platform komunikasi antar budaya. Seperti yang telah dibahas pada Bab VI tentang komunikasi di era digital, platform dan teknologi yang populer di satu region mungkin tidak familiar atau tidak digunakan di region lain. Misalnya, sementara WhatsApp sangat populer di banyak negara, WeChat dominan di China, dan LINE populer di Jepang dan Korea. Pemahaman tentang preferensi teknologi ini penting untuk memastikan pesan dapat tersampaikan melalui saluran yang paling efektif. Selain itu, perbedaan dalam norma komunikasi digital antar budaya juga perlu dipertimbangkan, seperti ekspektasi tentang kecepatan respons, formalitas dalam pesan digital, atau penggunaan emoji dan simbol yang mungkin memiliki interpretasi berbeda antar budaya.

Tantangan dalam adaptasi komunikasi global sering muncul dalam bentuk dilema antara autentisitas personal dan adaptasi budaya. Komunikator mungkin menghadapi situasi di mana norma budaya lokal bertentangan dengan nilai personal atau gaya komunikasi natural mereka. Dalam situasi seperti ini, penting untuk menemukan keseimbangan antara menghormati norma budaya lokal dengan tetap mempertahankan integritas personal. Strategi yang dapat diterapkan adalah transparansi tentang latar belakang budaya sendiri sambil menunjukkan kemauan untuk belajar dan beradaptasi. Misalnya, seorang manajer Amerika yang bekerja di Jepang dapat mengatakan, "Saya menyadari bahwa dalam budaya saya, kami cenderung lebih langsung dalam memberikan feedback. Saya ingin belajar cara yang lebih sesuai dengan budaya kerja di sini. Bisakah Anda membantu saya memahami pendekatan yang lebih tepat?"

Tantangan lain adalah mengatasi kelelahan budaya (*cultural fatigue*), yaitu kelelahan mental dan emosional yang dapat terjadi ketika seseorang harus terus-menerus beradaptasi dengan norma budaya yang berbeda (Furnham, 2019). Hal ini terutama dialami oleh individu yang bekerja dalam lingkungan multikultural yang sangat beragam atau yang sering berpindah antar konteks budaya. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk mengembangkan strategi *self-*

care yang mencakup waktu untuk kembali ke "zona nyaman" budaya sendiri, mencari dukungan dari komunitas yang memiliki latar belakang serupa, dan mengembangkan perspektif yang melihat adaptasi budaya sebagai proses pembelajaran yang memperkaya daripada beban yang melelahkan.

Pengembangan kompetensi adaptasi komunikasi global memerlukan pendekatan pembelajaran yang berkelanjutan. Ini dapat dilakukan melalui program pertukaran budaya, magang internasional, kursus bahasa asing, partisipasi dalam komunitas multikultural, dan sejumlah paparan terhadap media dan literatur dari berbagai budaya. Organisasi yang berkomitmen untuk mengembangkan kemampuan komunikasi global karyawannya dapat menyediakan program pelatihan yang komprehensif, kesempatan mengikuti kunjungan ke perusahaan tingkat internasional, dan penciptaan tim multikultural yang memberikan pengalaman praktis terhadap dinamika komunikasi lintas budaya. Dengan pengembangan yang sistematis dan praktik yang konsisten, adaptasi komunikasi dalam konteks global dapat menjadi keterampilan yang tidak hanya meningkatkan efektivitas profesional tetapi juga memperkaya pemahaman personal tentang keberagaman dunia dan kompleksitas komunikasi manusia.

D. Komunikasi dalam Tim Multikultural

Komunikasi dalam tim multikultural adalah proses interaksi dan kolaborasi yang terjadi antara anggota tim yang berasal dari berbagai latar belakang budaya, etnis, bahasa, dan sistem nilai yang berbeda dalam mencapai tujuan bersama. Tim multikultural menjadi fenomena yang semakin umum dalam organisasi modern, terutama dalam era globalisasi dan digitalisasi yang memungkinkan kolaborasi lintas batas geografis. Sebagaimana telah dibahas pada Bab VII tentang komunikasi dalam tim kerja, efektivitas komunikasi tim ditandai dengan terciptanya pemahaman bersama di antara anggota tim terhadap pesan yang disampaikan. Namun dalam konteks multikultural, mencapai pemahaman bersama menjadi lebih kompleks karena setiap anggota tim membawa sistem referensi budaya yang berbeda dalam menginterpretasikan pesan, membentuk ekspektasi, dan merespons situasi komunikasi. Kompleksitas ini diperkuat oleh fakta bahwa budaya mempengaruhi cara individu memandang hierarki, mengambil keputusan, mengelola ketidakpastian, dan memprioritaskan kepentingan individu versus kelompok. Dalam tim multikultural, perbedaan-perbedaan ini dapat menjadi sumber kekuatan jika dikelola dengan baik, atau sebaliknya menjadi hambatan yang signifikan jika tidak dipahami dan ditangani secara tepat.

Keberagaman budaya dalam tim dapat memberikan keuntungan strategis yang signifikan bagi organisasi. Pengalaman menunjukkan bahwa keberagaman tim dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi melalui perbedaan kognitif, yaitu perbedaan dalam cara berpikir, memproses informasi, dan memecahkan masalah (Wang et al., 2019). Anggota tim dari budaya kolektivis seperti Asia Timur mungkin lebih menekankan harmoni kelompok dan pengambilan keputusan konsensus, sementara anggota dari budaya individualis seperti Amerika Utara mungkin lebih fokus pada pencapaian individual dan pengambilan keputusan yang cepat. Kombinasi pendekatan ini dapat menghasilkan solusi yang lebih komprehensif dan inovatif. Selain itu, tim multikultural memiliki akses ke perspektif pasar global yang beragam, memungkinkan organisasi untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai segmen budaya dan mengembangkan produk atau layanan yang lebih relevan secara global. Keberagaman pengalaman dan jaringan yang dimiliki anggota tim dari berbagai budaya juga dapat membuka peluang bisnis baru dan memperkuat posisi kompetitif organisasi di pasar internasional. Namun, keuntungan-keuntungan ini tidak otomatis terealisasi hanya dengan mencampurkan individu dari berbagai budaya dalam satu tim, melainkan memerlukan pengelolaan komunikasi yang efektif dan penciptaan lingkungan yang mendukung kolaborasi lintas budaya.

Tantangan komunikasi dalam tim multikultural sangat beragam dan multidimensional, seringkali berkaitan dengan perbedaan fundamental dalam cara anggota tim memahami dan mempraktikkan komunikasi. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan dalam gaya komunikasi langsung versus tidak langsung. Sebagaimana telah dibahas dalam konteks komunikasi antarbudaya, beberapa budaya seperti Jerman dan Belanda cenderung menggunakan komunikasi langsung yang eksplisit dan terus terang, sementara budaya lain seperti Jepang dan Thailand lebih mengutamakan komunikasi tidak langsung yang mengandalkan konteks dan isyarat halus. Dalam rapat tim, anggota dari budaya komunikasi langsung mungkin menginterpretasikan keheningan rekan dari budaya komunikasi tidak langsung sebagai persetujuan, padahal sebenarnya mereka mungkin memiliki keberatan namun mengekspresikannya dengan cara yang sangat halus. Perbedaan dalam orientasi waktu juga menciptakan tantangan signifikan. Budaya dengan orientasi monokronik seperti Swiss dan Jerman sangat menghargai ketepatan waktu dan jadwal yang ketat, sementara budaya polikronik seperti Brasil dan India lebih fleksibel terhadap waktu dan memprioritaskan hubungan interpersonal di atas jadwal. Konflik dapat muncul ketika anggota tim dengan orientasi waktu berbeda memiliki ekspektasi yang

tidak selaras tentang tenggat waktu, prioritas tugas, dan alokasi waktu untuk diskusi.

Tantangan bahasa dan komunikasi verbal juga menjadi isu kompleks dalam tim multikultural. Meskipun tim mungkin menggunakan bahasa umum seperti bahasa Inggris sebagai bahasa kerja, tingkat penguasaan dan kenyamanan anggota tim dalam menggunakan bahasa tersebut bervariasi. Anggota tim yang bukan penutur asli mungkin merasa kurang percaya diri untuk menyampaikan ide kompleks atau berpartisipasi aktif dalam diskusi yang cepat, yang dapat menyebabkan suara mereka tidak terdengar atau kontribusi mereka tidak optimal. Selain itu, perbedaan dalam penggunaan humor, metafora, dan referensi budaya dapat menciptakan momen-momen canggung atau bahkan kesalahpahaman. Komunikasi nonverbal juga menjadi area yang penuh tantangan, karena gesture, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh yang sama dapat memiliki makna yang sangat berbeda antar budaya. Sebagaimana telah dibahas pada Bab IV, komunikasi nonverbal seringkali lebih dipercaya daripada komunikasi verbal, namun dalam tim multikultural, interpretasi yang salah terhadap isyarat nonverbal dapat menyebabkan konflik interpersonal yang tidak perlu.

Perbedaan dalam pendekatan terhadap hierarki dan otoritas menciptakan dinamika yang rumit dalam tim multikultural. Observasi menunjukkan bahwa beberapa budaya memiliki jarak kekuasaan yang tinggi dimana hierarki sangat dihormati dan komunikasi dari bawah ke atas terbatas (Zhang et al., 2022), sementara budaya lain memiliki jarak kekuasaan rendah yang mendorong komunikasi yang lebih egaliter. Dalam tim multikultural, anggota dari budaya dengan jarak kekuasaan tinggi mungkin enggan untuk mengkritik ide dari anggota senior atau memberikan masukan kepada pemimpin tim, sementara anggota dari budaya dengan jarak kekuasaan rendah mungkin frustrasi dengan kurangnya partisipasi aktif dari rekan-rekan mereka. Perbedaan dalam cara mengelola konflik juga menciptakan tantangan komunikasi. Beberapa budaya melihat konflik sebagai sesuatu yang harus dihindari untuk menjaga harmoni, sementara budaya lain melihat konflik sebagai bagian normal dari proses kolaborasi yang dapat menghasilkan solusi terbaik. Ketika anggota tim dengan pendekatan berbeda terhadap konflik bekerja bersama, dapat terjadi kesalahpahaman tentang tingkat keterlibatan, komitmen, atau kepuasan anggota tim.

Strategi komunikasi efektif dalam tim multikultural memerlukan pendekatan yang komprehensif dan adaptif. Pertama, pengembangan kesadaran budaya bersama menjadi fondasi penting. Tim perlu meluangkan waktu di awal

untuk saling berbagi tentang latar belakang budaya, gaya komunikasi, dan ekspektasi masing-masing anggota. Aktivitas pembangunan tim yang berfokus pada berbagi budaya dapat membantu anggota tim memahami perbedaan dan mencari kesamaan. Kedua, penetapan norma komunikasi tim yang eksplisit dan disepakati bersama. Norma ini dapat mencakup protokol untuk memberikan umpan balik, cara mengekspresikan ketidaksetujuan, aturan tentang interupsi dalam diskusi, dan ekspektasi tentang partisipasi. Misalnya, tim dapat menyepakati bahwa setiap anggota harus secara eksplisit menyatakan posisinya dalam pengambilan keputusan, bukan hanya mengandalkan interpretasi terhadap bahasa tubuh atau keheningan. Ketiga, penggunaan struktur komunikasi yang mendukung inklusivitas. Teknik seperti diskusi bergiliran dimana setiap anggota diberi kesempatan berbicara secara berurutan, penggunaan masukan anonim untuk isu sensitif, atau sesi diskusi dalam kelompok kecil dapat membantu memastikan semua suara terdengar terlepas dari gaya komunikasi budaya mereka.

Keempat, penerapan prinsip komunikasi yang jelas dan redundan. Dalam tim multikultural, penting untuk mengulang informasi penting dalam berbagai format dan saluran untuk memastikan pemahaman yang sama. Misalnya, keputusan penting dapat dikomunikasikan secara verbal dalam rapat, diikuti dengan ringkasan email, dan didokumentasikan dalam dokumen bersama yang dapat diakses semua anggota. Penggunaan alat bantu visual seperti diagram, bagan alur, atau infografik juga dapat membantu mengatasi hambatan bahasa dan memperjelas konsep kompleks. Kelima, pengembangan kecerdasan budaya di tingkat individu dan tim. Kecerdasan budaya mencakup kesadaran budaya, pengetahuan budaya, keterampilan budaya, dan adaptasi budaya. Tim dapat mengadakan sesi pelatihan reguler tentang komunikasi lintas budaya, mengundang mentor budaya untuk memberikan wawasan, atau menggunakan alat penilaian untuk mengidentifikasi area pengembangan. Keenam, implementasi mekanisme umpan balik yang sensitif budaya. Sistem umpan balik perlu disesuaikan dengan preferensi budaya anggota tim, misalnya menyediakan opsi untuk memberikan umpan balik secara pribadi bagi anggota dari budaya yang menghindari konfrontasi publik, atau menggunakan mediator untuk memfasilitasi diskusi sensitif.

Peran kepemimpinan dalam tim multikultural menjadi sangat krusial dan memerlukan keterampilan khusus. Pemimpin tim multikultural harus berfungsi sebagai jembatan budaya yang membantu menterjemahkan perbedaan budaya menjadi kekuatan kolaboratif. Mereka perlu mengembangkan kemampuan

untuk mengenali dan mengatasi kesalahan komunikasi budaya secara *real-time*, menciptakan rasa aman psikologis dimana semua anggota merasa nyaman untuk mengekspresikan diri, dan mengelola dinamika kekuasaan yang mungkin tidak seimbang karena perbedaan budaya. Pemimpin yang efektif juga perlu memodelkan perilaku yang menghargai keberagaman dan secara aktif mencari masukan dari semua anggota tim. Selain itu, mereka harus mampu mengadaptasi gaya kepemimpinan mereka sesuai dengan komposisi budaya tim dan situasi yang dihadapi. Misalnya, dalam situasi yang memerlukan inovasi, pemimpin mungkin perlu mendorong anggota dari budaya yang cenderung menghindari konflik untuk lebih vokal dalam menyampaikan perspektif berbeda, sementara dalam situasi yang memerlukan implementasi cepat, mereka mungkin perlu membantu anggota dari budaya yang sangat berorientasi konsensus untuk mempercepat proses pengambilan keputusan.

Teknologi dan alat kolaborasi digital juga memainkan peran penting dalam mendukung komunikasi tim multikultural. *Platform* seperti Slack, Microsoft Teams, dapat membantu mengatasi perbedaan zona waktu dan memberikan berbagai saluran untuk komunikasi. Fitur seperti alat terjemahan, berbagi layar, dan dokumen kolaboratif dapat membantu mengatasi hambatan bahasa dan memfasilitasi pemahaman visual. Namun, penting untuk mempertimbangkan kesenjangan digital dan preferensi budaya dalam penggunaan teknologi. Beberapa anggota tim mungkin lebih nyaman dengan komunikasi formal melalui email, sementara yang lain lebih menyukai pesan instan atau panggilan video. Tim perlu menemukan keseimbangan antara efisiensi teknologi dengan preferensi komunikasi budaya anggota.

Pengukuran efektivitas komunikasi dalam tim multikultural juga memerlukan metrik yang komprehensif (Onyebueke, 2024). Selain indikator tradisional seperti pencapaian tenggat waktu dan kualitas output, tim perlu memantau metrik inklusi seperti tingkat partisipasi anggota dalam diskusi, tingkat kepuasan dengan proses komunikasi tim, dan persepsi rasa aman psikologis. Survei berkala atau sesi retrospektif dapat membantu mengidentifikasi area perbaikan dalam komunikasi tim. Penting juga untuk merayakan keberhasilan keberagaman budaya dan momen pembelajaran dimana perbedaan budaya berkontribusi pada solusi inovatif atau pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang dihadapi.

Dalam jangka panjang, tim multikultural yang berhasil mengembangkan komunikasi efektif seringkali menciptakan budaya hibrid yang mengombinasikan elemen-elemen terbaik dari berbagai budaya anggotanya. Budaya hibrid ini

menjadi identitas unik tim yang memungkinkan anggota untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dengan efektif sambil tetap menghargai dan memanfaatkan keberagaman latar belakang mereka. Penciptaan budaya hibrid ini memerlukan waktu, kesabaran, dan komitmen dari semua anggota tim, namun ketika berhasil, dapat menghasilkan tingkat kinerja dan inovasi yang sulit dicapai oleh tim homogen. Dengan demikian, komunikasi dalam tim multikultural bukan hanya tentang mengatasi perbedaan, tetapi tentang mentransformasi perbedaan tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

E. Strategi Mengatasi Hambatan Komunikasi Lintas Budaya

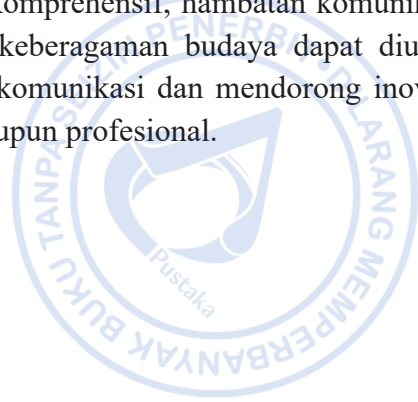
Mengatasi hambatan komunikasi lintas budaya memerlukan pendekatan sistematis yang dimulai dari pengembangan kesadaran diri dan pemahaman mendalam tentang bagaimana latar belakang budaya mempengaruhi cara kita berkomunikasi. Sebagaimana telah dibahas pada Bab I, "komunikasi dimulai dari diri individu itu sendiri. Cara individu memandang dirinya akan berpengaruh pada bagaimana individu tersebut akan melakukan komunikasi." Dalam konteks lintas budaya, langkah pertama yang krusial adalah melakukan refleksi diri untuk mengidentifikasi asumsi, bias, dan stereotip yang mungkin kita miliki terhadap budaya lain. Strategi pengembangan kesadaran budaya dapat dilakukan melalui program pelatihan lintas budaya, mengikuti *workshop* tentang komunikasi antarbudaya, atau bahkan melalui pembelajaran mandiri dengan membaca literatur tentang berbagai budaya. Selain itu, penting untuk mengembangkan keterampilan mendengarkan aktif yang telah dibahas pada Bab II, namun dengan penekanan khusus pada sensitivitas budaya. Ini berarti tidak hanya mendengarkan kata-kata yang diucapkan, tetapi juga memahami konteks budaya yang mungkin mempengaruhi cara pesan disampaikan. Misalnya, dalam budaya yang menghargai harmoni, kritik mungkin disampaikan dengan cara yang sangat halus, sehingga diperlukan kepekaan untuk menangkap nuansa tersebut. Strategi lain yang efektif adalah mengembangkan toleransi terhadap ambiguitas, yaitu kemampuan untuk merasa nyaman dalam situasi yang tidak pasti atau tidak familiar tanpa langsung membuat asumsi berdasarkan perspektif budaya sendiri.

Implementasi strategi komunikasi yang adaptif dan inklusif menjadi langkah kedua dalam mengatasi hambatan lintas budaya. Prinsip komunikasi yang berpusat pada individu, sebagaimana dibahas pada Bab III, perlu diperluas dalam konteks lintas budaya dengan memahami bahwa setiap individu tidak hanya

unik secara personal, tetapi juga membawa nilai-nilai dan norma budaya yang membentuk cara mereka berkomunikasi. Strategi komunikasi verbal yang efektif dalam konteks lintas budaya mencakup penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas, menghindari idiom atau ungkapan yang spesifik budaya, berbicara dengan tempo yang lebih lambat untuk memberikan waktu pemrosesan bagi penutur bahasa kedua, dan secara berkala melakukan pengecekan pemahaman dengan mengajukan pertanyaan klarifikasi. Dalam komunikasi nonverbal, penting untuk mengembangkan kesadaran akan perbedaan interpretasi gesture, kontak mata, jarak fisik, dan ekspresi wajah antar budaya. Sebagaimana dijelaskan pada Bab IV, "perbedaan pada simbol-simbol tidak dapat digeneralisasi. Bisa saja simbol yang sama dimaknai secara berbeda, bergantung pada konteks budaya." Oleh karena itu, strategi yang efektif adalah mengobservasi perilaku nonverbal lawan bicara dan menyesuaikan komunikasi nonverbal kita sesuai dengan norma budaya mereka, sambil tetap mempertahankan keaslian dalam batas yang nyaman. Penggunaan teknologi komunikasi juga perlu disesuaikan dengan preferensi budaya, dimana beberapa budaya mungkin lebih menyukai komunikasi formal melalui email, sementara yang lain lebih nyaman dengan komunikasi langsung melalui panggilan video atau pertemuan tatap muka.

Penciptaan lingkungan komunikasi yang kondusif dan berkelanjutan memerlukan komitmen jangka panjang dari semua pihak yang terlibat, baik di level individual maupun organisasional. Strategi jangka panjang mencakup pembentukan kelompok atau komunitas lintas budaya yang dapat berfungsi sebagai forum pembelajaran dan berbagi pengalaman, implementasi sistem mentor lintas budaya dimana individu dari budaya berbeda saling membimbing dalam memahami nuansa komunikasi, dan pengembangan protokol komunikasi yang mengakomodasi keberagaman gaya komunikasi. Dalam konteks organisasi, penting untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi lintas budaya dalam kebijakan dan prosedur perusahaan, menyediakan pelatihan berkelanjutan untuk semua karyawan, dan menciptakan mekanisme feedback yang memungkinkan identifikasi dan penyelesaian masalah komunikasi lintas budaya secara cepat. Seperti yang telah dibahas pada Bab V tentang komunikasi antar persona, membangun hubungan yang efektif memerlukan empati, keterbukaan, dan komitmen untuk saling memahami. Dalam konteks lintas budaya, hal ini diperluas dengan kesediaan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan cara komunikasi yang berbeda. Evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi komunikasi lintas budaya juga penting, melalui survei kepuasan komunikasi, analisis kasus kesalahpahaman yang terjadi, dan penyesuaian

strategi berdasarkan pembelajaran yang diperoleh. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara konsisten dan komprehensif, hambatan komunikasi lintas budaya dapat diminimalkan, dan keberagaman budaya dapat diubah menjadi aset yang memperkaya kualitas komunikasi dan mendorong inovasi dalam berbagai konteks, baik personal maupun profesional.





PENGEMBANGAN DIRI UNTUK KOMUNIKASI YANG LEBIH EFEKTIF

A. Refleksi Diri untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi

Refleksi diri merupakan proses introspeksi mendalam untuk mengevaluasi dan memahami keterampilan komunikasi yang dimiliki, mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, serta merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan. Sebagaimana telah dibahas pada Bab I, "komunikasi dimulai dari diri individu itu sendiri. Cara individu memandang dirinya akan berpengaruh pada bagaimana individu tersebut akan melakukan komunikasi." Dalam konteks pengembangan komunikasi, refleksi diri menjadi fondasi penting karena memungkinkan individu untuk memahami pola komunikasi mereka, mengidentifikasi kekuatan yang dapat dioptimalkan, dan mengenali kelemahan yang perlu diatasi (Matlhaba, 2025). Proses refleksi yang efektif melibatkan evaluasi terhadap berbagai aspek komunikasi yang telah dipelajari dalam bab-bab sebelumnya, mulai dari kemampuan mendengarkan aktif, penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal, hingga kemampuan beradaptasi dalam berbagai konteks komunikasi. Misalnya, seorang profesional muda dapat melakukan refleksi tentang bagaimana ia menyampaikan presentasi di hadapan atasan, apakah pesan tersampaikan dengan jelas, bagaimana respons audiens, dan area mana yang masih perlu diperbaiki dalam penyampaian maupun konten.

Proses refleksi diri dalam komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai metode yang sistematis dan terstruktur. Pertama, melalui penilaian kepada diri sendiri dengan

menggunakan kerangka kompetensi komunikasi yang komprehensif, meliputi evaluasi kemampuan verbal seperti kejelasan artikulasi, struktur pesan, dan pemilihan kata yang tepat; kemampuan nonverbal seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan penggunaan ruang; serta kemampuan mendengarkan aktif sebagaimana dibahas pada Bab II. Kedua, melalui analisis situasi komunikasi dimana individu mengidentifikasi momen-momen komunikasi yang berkesan (baik positif maupun negatif) dan menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan komunikasi tersebut. Ketiga, melalui *feedback seeking* atau pencarian umpan balik aktif dari orang lain, seperti yang telah dijelaskan pada Bab V tentang pentingnya umpan balik dalam komunikasi antar persona. Hal ini dapat dilakukan dengan meminta masukan dari rekan kerja, atasan, teman, atau bahkan keluarga tentang efektivitas komunikasi dalam berbagai konteks. Keempat, melalui pencatatan harian tentang pengalaman komunikasi, refleksi tentang interaksi yang terjadi, pembelajaran yang diperoleh, dan rencana perbaikan untuk ke depan.

Implementasi refleksi diri yang efektif memerlukan kejujuran, keterbukaan, dan komitmen untuk terus belajar dan berkembang. Seperti yang telah dibahas pada Bab VIII tentang komunikasi lintas budaya, refleksi diri juga harus mempertimbangkan konteks budaya dan keberagaman latar belakang komunikasi yang mungkin dihadapi. Individu perlu mengembangkan kesadaran akan bias dan asumsi yang mereka bawa dalam komunikasi, memahami bagaimana latar belakang personal dan budaya mempengaruhi gaya komunikasi mereka, dan mengidentifikasi area adaptasi yang diperlukan untuk berkomunikasi efektif dengan audiens yang beragam. Hasil dari refleksi diri ini kemudian dapat digunakan untuk menyusun rencana pengembangan personal yang spesifik, terukur, dan dapat dicapai. Misalnya, jika melalui refleksi seseorang menyadari bahwa mereka cenderung mendominasi diskusi dan kurang memberikan ruang untuk orang lain berbicara, mereka dapat menetapkan tujuan untuk mengembangkan keterampilan mendengarkan aktif dan teknik memfasilitasi diskusi yang lebih inklusif. Dengan melakukan refleksi diri secara teratur dan sistematis, individu dapat terus meningkatkan kemampuan komunikasi mereka, beradaptasi dengan perubahan konteks dan tuntutan, serta membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan profesional dan personal yang berkelanjutan.

B. Mengenal dan Mengatasi Kelemahan dalam Berkomunikasi

Mengenal kelemahan dalam berkomunikasi merupakan langkah krusial yang memerlukan pemahaman mendalam tentang berbagai dimensi komunikasi dan kemampuan untuk melakukan evaluasi objektif terhadap kinerja komunikasi diri sendiri. Berdasarkan model komunikasi yang telah dibahas pada Bab I, kelemahan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai tahapan proses komunikasi, mulai dari tahap *encoding* di mana pesan disandikan oleh pengirim, tahap transmisi melalui saluran komunikasi, hingga tahap *decoding* dan interpretasi oleh penerima pesan. Menurut teori kompetensi komunikasi yang dikembangkan oleh Spitzberg & Cupach (1983), kompetensi komunikasi terdiri dari tiga komponen utama: pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), dan kesan (*impression*). Kelemahan dalam komunikasi dapat muncul dari defisiensi dalam salah satu atau kombinasi ketiga komponen ini. Misalnya, seseorang mungkin memiliki pengetahuan yang baik tentang teori komunikasi namun kurang terampil dalam menerapkannya dalam praktik, atau sebaliknya memiliki keterampilan teknis yang baik namun kurang memberi kesan untuk berkomunikasi secara efektif dalam situasi tertentu. Teori *Communication Apprehension* yang dikembangkan oleh James McCroskey (1984) juga menjelaskan bahwa kecemasan komunikasi dapat menjadi hambatan signifikan yang manifestasinya dapat berupa penghindaran situasi komunikasi, ketegangan fisik saat berbicara, atau penurunan kualitas pesan yang disampaikan (Beatty et al., 1998).

Identifikasi kelemahan komunikasi dapat dilakukan melalui pendekatan multi-perspektif yang menggabungkan penilaian diri sendiri, observasi perilaku, dan *feedback* dari orang lain. Kerangka analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dapat diadaptasi untuk konteks komunikasi personal, di mana individu mengidentifikasi kekuatan komunikasi yang sudah dimiliki, kelemahan yang perlu diatasi, peluang untuk pengembangan, dan ancaman atau hambatan yang mungkin menghambat perbaikan. Sebagaimana telah dibahas pada Bab II tentang hambatan dalam proses mendengarkan, kelemahan komunikasi sering kali bersifat multidimensional dan dapat dikategorikan ke dalam beberapa area. Pertama, kelemahan dalam komunikasi verbal yang dapat meliputi penggunaan bahasa yang tidak tepat, struktur pesan yang tidak jelas, atau ketidakmampuan menyesuaikan gaya bahasa dengan audiens. Kedua, kelemahan dalam komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh yang tidak mendukung pesan verbal, ekspresi wajah yang tidak sesuai, atau penggunaan

ruang yang tidak efektif. Ketiga, kelemahan dalam kemampuan mendengarkan yang dapat berupa kurangnya perhatian penuh, bias dalam interpretasi, atau ketidakmampuan memberikan respons yang sesuai. Keempat, kelemahan dalam adaptasi kontekstual, di mana individu kesulitan menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan situasi, budaya, atau karakteristik audiens yang berbeda.

Mengatasi kelemahan komunikasi memerlukan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan, berdasarkan prinsip-prinsip pembelajaran dewasa dan teori perubahan perilaku. Teori *Social Cognitive Theory* yang dikembangkan oleh Albert Bandura (2001) dapat diterapkan dalam konteks ini dengan menekankan pentingnya *self-efficacy* atau keyakinan diri dalam kemampuan untuk berubah, *observational learning* melalui pemodelan perilaku komunikasi yang efektif, dan *self-regulation* dalam proses perbaikan berkelanjutan. Strategi mengatasi kelemahan dapat dimulai dengan penetapan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu untuk setiap area kelemahan yang telah diidentifikasi. Sebagai contoh, jika seseorang mengidentifikasi kelemahan dalam kemampuan presentasi publik, tujuan spesifik dapat berupa "meningkatkan kemampuan menjaga kontak mata dengan audiens selama minimal 70% waktu presentasi dalam 3 bulan ke depan." Teknik *deliberate practice* yang dikembangkan oleh Anders Ericsson (2004) dapat diterapkan, di mana individu secara sengaja berlatih aspek komunikasi yang lemah dengan umpan balik yang terstruktur dan progresif. Misalnya, untuk mengatasi kelemahan dalam mendengarkan aktif, individu dapat berlatih teknik parafrase dalam percakapan sehari-hari, secara sadar memperhatikan isyarat nonverbal lawan bicara, dan meminta konfirmasi pemahaman secara berkala.

Implementasi strategi mengatasi kelemahan komunikasi memerlukan dukungan lingkungan yang kondusif dan penggunaan berbagai sumber daya pembelajaran. Teori *Zone of Proximal Development* yang dikembangkan oleh Vygotsky (Xi & Lantolf, 2021) menunjukkan pentingnya pembelajaran dengan bantuan mentor atau *coach* yang dapat memberikan *scaffolding* atau dukungan bertahap dalam proses pengembangan keterampilan. Dalam konteks komunikasi profesional, ini dapat berupa program mentoring dengan komunikator senior, bergabung dalam klub *public speaking* atau mengikuti pelatihan komunikasi yang terstruktur.

Sebagaimana telah dibahas pada Bab VII tentang komunikasi dalam konteks profesional, lingkungan kerja yang mendukung pembelajaran dan eksperimentasi komunikasi dapat mempercepat proses perbaikan kelemahan.

Penggunaan teknologi juga dapat mendukung proses ini, seperti merekam diri saat berlatih presentasi untuk analisis lebih lanjut, menggunakan aplikasi untuk latihan *public speaking*, atau memanfaatkan *platform virtual reality* untuk simulasi situasi komunikasi yang menantang. Penting untuk memahami bahwa mengatasi kelemahan komunikasi adalah proses iteratif yang memerlukan konsistensi, kesabaran, dan kemauan untuk keluar dari zona nyaman. Evaluasi berkala terhadap kemajuan, penyesuaian strategi berdasarkan hasil yang diperoleh, dan perayaan pencapaian kecil dapat membantu mempertahankan motivasi dalam perjalanan pengembangan komunikasi yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang sistematis dan komitmen yang kuat, kelemahan komunikasi dapat diubah menjadi area kekuatan yang mendukung pencapaian tujuan personal dan profesional.

C. Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Komunikasi

Pelatihan komunikasi yang efektif memerlukan pendekatan yang terstruktur dan progresif, dimulai dari penguasaan keterampilan dasar hingga kemampuan komunikasi tingkat lanjut. Seperti halnya belajar bermain piano, seseorang tidak bisa langsung memainkan sonata Beethoven tanpa terlebih dahulu menguasai tangga nada dan teknik dasar. Dalam komunikasi, fondasi yang kuat dimulai dari penguasaan elemen-elemen fundamental seperti artikulasi yang jelas, struktur pesan yang logis, dan kemampuan mendengarkan dengan fokus penuh. Program pelatihan yang efektif biasanya dimulai dengan *workshop* intensif selama 2-3 hari yang mencakup teori dasar dan praktik langsung. Peserta diajak untuk merekam diri mereka sendiri saat berbicara menggunakan kamera HP, kemudian menganalisis rekaman tersebut bersama fasilitator untuk mengidentifikasi area perbaikan. Misalnya, seorang peserta mungkin menyadari bahwa mereka sering menggunakan kata "eee" atau "eh", atau berbicara terlalu cepat sehingga pesan menjadi tidak jelas. Setelah *workshop*, peserta mendapat "*homework*" berupa latihan harian selama 15 menit, seperti membaca berita dengan suara keras di depan cermin, atau berlatih menceritakan pengalaman hari itu kepada keluarga dengan struktur yang jelas: pembukaan, isi, dan penutup.



Gambar 19. Pengembangan Keahlian Berkomunikasi

Pengembangan kemampuan komunikasi yang berkelanjutan memerlukan variasi metode latihan yang menyesuaikan dengan gaya belajar dan kebutuhan spesifik setiap individu. Salah satu metode yang terbukti efektif adalah "*shadowing technique*" (Rodriguez Viteri, 2023) yang diadaptasi dari pembelajaran bahasa. Dalam konteks komunikasi, teknik ini melibatkan menonton video pembicara handal seperti selebriti atau creator konten di YouTube, kemudian menirukan gaya penyampaian mereka sambil memperhatikan intonasi, *gesture*, dan *timing*. Untuk mengembangkan kemampuan bercerita, individu dapat mengumpulkan dan mengasah 5-10 cerita pribadi yang dapat digunakan dalam berbagai situasi komunikasi. Setiap cerita dipraktikkan hingga dapat disampaikan dengan *natural* dalam waktu 1-2 menit. Latihan improvisasi juga sangat bermanfaat, dimana seseorang berlatih berbicara tentang topik acak selama 2 menit tanpa persiapan. Ini dapat dilakukan dengan meminta keluarga atau teman memberikan topik mendadak seperti "jelaskan kenapa nasi uduk enak" atau "ceritakan tentang ujian pertamamu semester ini". Latihan ini melatih kemampuan berpikir cepat dan menyusun argumen secara spontan, *skill* yang sangat berharga dalam diskusi atau sesi tanya jawab.

Penggunaan teknologi sederhana dan *platform* yang familiar dapat secara signifikan mempercepat proses pengembangan komunikasi melalui feedback yang objektif dan dokumentasi progress yang teratur. Aplikasi *voice recorder* yang sudah tersedia di HP dapat digunakan untuk merekam latihan harian dan mendengarkan kembali untuk evaluasi diri. WhatsApp *voice note* juga bisa menjadi *tool* latihan dengan mengirim rekaman presentasi 1 menit

kepada teman dekat untuk mendapat respon jujur. Untuk pengembangan kemampuan presentasi, gunakan kamera HP untuk merekam diri saat berlatih presentasi, lalu tonton kembali sambil memperhatikan bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gestur. Instagram Live atau TikTok Live bisa menjadi *platform* untuk berlatih berbicara di depan audiens secara *real-time*, meskipun dimulai dengan topik ringan seperti *review* makanan atau *sharing* pengalaman sehari-hari. Zoom atau Google Meet yang sudah familiar sejak pandemi dapat dimanfaatkan untuk *hosting talk show mini* dengan teman-teman, dimana setiap orang bergantian menjadi host dan tamu, melatih kemampuan bertanya dan menjawab. Untuk melatih kemampuan percakapan bisnis, *role play* melalui telepon atau *video call* dengan teman, simulasi berbagai skenario seperti presentasi ke klien, interview kerja, atau negosiasi kontrak.

Implementasi program pengembangan komunikasi yang sukses memerlukan kegigihan dan konsistensi. Seperti halnya program *fitness*, konsistensi adalah kunci keberhasilan. Buatlah semacam "*communication workout plan*" dengan target mingguan yang spesifik: Senin-Rabu fokus pada latihan artikulasi dengan membaca keras-keras selama 10 menit, Kamis-Jumat berlatih *storytelling* dengan menceritakan satu kejadian menarik kepada orang berbeda setiap hari, dan *weekend* untuk praktik dalam situasi sosial nyata seperti mengobrol dengan tetangga atau bertanya pada pelayan restoran. Bergabung dengan komunitas atau buat grup WhatsApp khusus komunikasi dengan teman-teman yang punya goals serupa. Di grup ini, setiap anggota bisa saling memberikan *challenge* harian seperti "rekam diri menjelaskan resep masakan favorit dalam 2 menit" atau "buat video singkat menjelaskan *trending topic* hari ini". Dokumentasikan *progress* dengan video bulanan yang merekam kemampuan presentasi, atau simpan *voice note* mingguan untuk memonitor perbaikan dalam kejelasan dan kepercayaan diri. Yang terpenting, jangan takut untuk keluar dari zona nyaman - volunteer untuk jadi MC di acara keluarga, join diskusi di grup Facebook komunitas, atau bahkan coba berjualan online untuk melatih kemampuan persuasi. Ingatlah bahwa setiap komunikator handal seperti Deddy Corbuzier atau Najwa Shihab pernah menjadi pemula, dan yang membedakan mereka adalah konsistensi dalam berlatih dan keberanian untuk terus mencoba hal baru dalam situasi komunikasi yang beragam.

D. Studi Kasus Keberhasilan Komunikasi Efektif



After watching this, your brain will not be the same | Lara Boyd | TEDxVancouver

Gambar 20. Tayangan @TEDx Talks di YouTube
(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=LNHBMFCzznE>)

Studi Kasus: Presentasi TEDx Talk Dr. Lara Boyd - "*After watching this, your brain will not be the same*"

TEDx Talk yang dipresentasikan oleh Dr. Lara Boyd tentang neuroplastisitas otak merupakan contoh yang sangat baik dari komunikasi efektif dalam konteks akademik dan publik. Dalam presentasi berdurasi 14 menit 24 detik ini, Dr. Boyd berhasil menjelaskan konsep kompleks neuroplastisitas kepada audiens umum dengan cara yang mudah dipahami. Presentasi ini telah ditonton lebih dari 42 juta kali dan memperoleh 539 ribu likes, menunjukkan dampak komunikasi yang luar biasa. Dr. Boyd, sebagai seorang peneliti neuroscience, menghadapi tantangan besar untuk "menerjemahkan" temuan ilmiah yang teknis menjadi pesan yang relevan dan *actionable* bagi audiens awam. Keberhasilan presentasi ini dapat dilihat dari kemampuannya mengubah cara audiens memahami kemampuan otak untuk berubah dan beradaptasi, sekaligus memberikan inspirasi praktis tentang bagaimana memanfaatkan pengetahuan ini dalam kehidupan sehari-hari. Presentasi ini menjadi menarik karena berhasil menggabungkan kredibilitas ilmiah dengan *storytelling* yang personal dan aplikatif.

Aspek Keunggulan Komunikasi dalam Presentasi Dr. Lara Boyd

Beberapa aspek keunggulan yang membuat presentasi Dr. Boyd sangat efektif mencakup struktur pesan yang jelas, dimana dia memulai dengan pertanyaan yang berhubungan (*relatable*), seperti "Bagaimana otak Anda berubah?", kemudian membangun pemahaman secara bertahap dari konsep dasar hingga implikasi praktis. Penggunaan analogi dan metafora yang mudah dipahami menjadi kekuatan utama, seperti mengibaratkan otak sebagai "*muscle*" yang dapat dilatih dan diperkuat. Dr. Boyd juga sangat efektif dalam menggunakan *personal disclosure* yang tepat, berbagi pengalaman pribadinya sebagai peneliti dan bagaimana penemuan ini mengubah perspektifnya sendiri. Bahasa tubuh dan penyampaiannya menunjukkan kepercayaan diri yang terlihat natural tanpa terkesan arogan. Dari segi *timing* dan *pacing* presentasinya sangat baik, memberikan jeda yang cukup untuk audiens memproses informasi kompleks. Hal yang paling menonjol adalah kemampuannya mengubah konsep abstrak menjadi *actionable insights*, memberikan audiens tidak hanya pemahaman baru tetapi juga alat praktis yang bisa langsung diterapkan. Penggunaan data dan bukti yang kredibel menunjukkan keahlian komunikasi yang kuat dalam bidang sains.

Area Perbaikan dan Pembelajaran untuk Komunikator Lain

Meskipun presentasi Dr. Boyd sangat sukses, ada beberapa area yang dapat menjadi pembelajaran untuk komunikator lain atau bahkan untuk pengembangan presentasi serupa di masa depan. Pertama, meskipun penggunaan *slides* minimal sesuai dengan style TEDx, beberapa konsep kompleks tentang neuroplastisitas mungkin akan lebih mudah dipahami dengan *visual aids* yang lebih kaya, seperti animasi atau diagram yang menunjukkan proses perubahan otak secara *real-time*. Kedua, untuk konteks audiens yang sangat beragam, beberapa terminologi ilmiah masih cukup berat dan mungkin memerlukan definisi yang lebih eksplisit atau analogi tambahan. Ketiga, interaksi dengan audiens bisa ditingkatkan dengan teknik-teknik *engagement* yang lebih *interactive*, seperti *polling questions* atau ada momen untuk melihat refleksi audiens secara personal. Keempat, *call-to-action* di akhir presentasi, meskipun *inspiring*, namun masih cukup general dan bisa diperkuat dengan langkah-langkah yang lebih spesifik dan terukur yang bisa langsung diterapkan audiens. Kelima, durasi 14 menit meskipun sesuai format TEDx, untuk topik sekompleks ini mungkin sedikit terburu-buru di beberapa bagian, terutama saat menjelaskan implikasi praktis yang sebenarnya bisa dieksplorasi lebih dalam.

Pembelajaran Praktis untuk Pengembangan Komunikasi

Dari analisis presentasi Dr. Boyd, komunikator dapat mengambil beberapa pembelajaran praktis yang dapat diaplikasikan untuk berbagai konteks komunikasi. Pertama, pentingnya memulai dengan "*why it matters*" dimana Dr. Boyd sangat efektif menjelaskan relevansi topiknya dengan kehidupan audiens sebelum masuk ke detail teknis. Kedua, *power of simplification without dumbing down*, dimana dia berhasil menyederhanakan konsep kompleks tanpa kehilangan akurasi ilmiah. Ketiga, antusiasme Dr. Boyd yang nyata terhadap topik yang dibahas terasa menular dan membuat audiens ikut bersemangat. Keempat, penggunaan kisah pribadi secara strategis untuk membangun kedekatan dan meningkatkan kepercayaan dari penonton. Kelima, penyusunan pesan yang konsisten dan terstruktur, di mana setiap bagian dari presentasi mendukung alur cerita yang utuh dan mudah diikuti.

Untuk komunikator Indonesia, presentasi ini menunjukkan bahwa *scientific communication* tidak harus kaku atau membosankan, dan bahwa kompleksitas topik bukan alasan untuk komunikasi yang tidak efektif. Teknik-teknik yang digunakan Dr. Boyd dapat diadaptasi untuk berbagai konteks, mulai dari presentasi bisnis hingga kegiatan edukasi publik, dengan menyesuaikan tingkat kedalaman materi dan konteks budaya agar sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju

E. Transformasi Diri Melalui Komunikasi yang Efektif

Seperti yang terlihat dari keberhasilan Dr. Lara Boyd dalam presentasi TEDx-nya, transformasi diri melalui komunikasi yang efektif bukanlah sekadar tentang memperbaiki teknik berbicara atau menulis, melainkan tentang evolusi fundamental dalam cara kita memahami dan berinteraksi dengan dunia. Dr. Boyd tidak hanya berhasil menyampaikan informasi ilmiah yang kompleks, tetapi juga mentransformasi cara jutaan orang memandang potensi otak mereka sendiri. Inilah esensi sejati dari komunikasi transformative, yakni kemampuan untuk tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengubah perspektif, menginspirasi tindakan, dan menciptakan dampak yang berkelanjutan. Transformasi melalui komunikasi efektif dimulai dari pemahaman mendalam bahwa setiap interaksi komunikasi adalah kesempatan untuk tumbuh, belajar, dan memberikan kontribusi positif bagi orang lain. Proses transformasi ini memerlukan kesediaan untuk keluar dari zona nyaman, menghadapi ketakutan akan penilaian orang lain, dan terus-menerus mengasah kemampuan untuk memahami perspektif yang berbeda. Ketika seseorang berkomitmen pada

perjalanan transformasi komunikasi, mereka tidak hanya mengembangkan *skill* teknis, tetapi juga mengalami perubahan dalam kepercayaan diri, empati, kepemimpinan, dan kemampuan untuk membangun hubungan yang bermakna.

Perjalanan transformasi komunikasi melibatkan beberapa tahapan evolusi yang saling terkait dan berkelanjutan. Tahap pertama adalah *awareness* atau kesadaran diri yang mendalam, di mana individu mulai mengenali pola komunikasi mereka, kekuatan yang dimiliki, dan area yang perlu dikembangkan. Tahap ini seringkali dipicu oleh momen "aha" seperti *feedback* yang mengejutkan, pengalaman komunikasi yang gagal, atau sebaliknya, keberhasilan komunikasi yang membuka mata tentang potensi yang sesungguhnya. Tahap kedua adalah eksperimen secara aktif, di mana individu mulai mencoba pendekatan komunikasi yang berbeda, mengambil risiko untuk keluar dari zona nyaman, dan belajar dari setiap pengalaman. Tahap ketiga adalah *integration* atau integrasi, di mana keterampilan komunikasi yang baru dipelajari mulai menjadi bagian natural dari kepribadian dan cara berinteraksi sehari-hari. Pada tahap ini, komunikasi efektif bukan lagi sesuatu yang dipaksakan, melainkan mengalir secara otentik dari dalam diri. Tahap keempat adalah *mastery and mentoring*, di mana individu tidak hanya menguasai komunikasi efektif untuk diri sendiri tetapi juga mulai membantu orang lain dalam perjalanan transformasi mereka.

Dampak dari transformasi komunikasi yang efektif tidak hanya terbatas pada kemampuan profesional, tetapi juga merambah ke berbagai aspek kehidupan pribadi seseorang. Dalam dunia kerja, individu yang berhasil meningkatkan cara berkomunikasi sering kali mengalami percepatan karier, peningkatan pengaruh, serta kapasitas kepemimpinan yang lebih baik. Mereka juga cenderung mampu membangun jaringan profesional yang lebih luas, kuat, dan bermakna. Mereka menjadi individu yang dicari sebagai kolaborator, mentor, dan pemimpin karena kemampuan mereka untuk menginspirasi, mengarahkan, dan memfasilitasi perubahan positif. Dalam kehidupan personal, transformasi komunikasi menciptakan hubungan yang lebih dalam dan otentik dengan keluarga, teman, dan komunitas. Kemampuan untuk mendengarkan dengan empati, mengekspresikan diri dengan jelas, dan mengelola konflik secara konstruktif menghasilkan kualitas hidup yang lebih tinggi dan kepuasan relasional yang lebih besar. Transformasi ini juga sering kali disertai dengan peningkatan *self-esteem* dan kepercayaan diri, karena individu merasa lebih mampu untuk menyuarakan nilai-nilai mereka dan berkontribusi secara bermakna dalam berbagai situasi. Yang paling menarik, perubahan dalam cara berkomunikasi sering kali menjadi pemicu bagi perubahan di berbagai

aspek kehidupan lainnya. Komunikasi yang efektif membuka akses terhadap pembelajaran, memperluas jejaring, dan menciptakan peluang-peluang baru yang sebelumnya terasa di luar jangkauan.

Refleksi atas perjalanan yang telah kita telusuri dalam buku ini menegaskan bahwa komunikasi yang efektif bukanlah tujuan akhir, melainkan sebuah proses sepanjang hayat yang dipenuhi dengan pembelajaran dan perkembangan. Setiap konsep yang telah dijabarkan, mulai dari dasar-dasar komunikasi hingga dinamika komunikasi lintas budaya merupakan alat dalam kotak peralatan kita, yang akan terus bertambah nilainya seiring dengan bertambahnya pengalaman dan pengetahuan kita. Seperti Dr. Boyd yang menjelaskan tentang neuroplastisitas otak, kemampuan komunikasi kita juga memiliki kapasitas untuk terus berubah dan berkembang sepanjang hidup. Setiap percakapan yang kita jalani, setiap presentasi yang kita berikan, setiap konflik yang kita navigasi, dan setiap hubungan yang kita bangun adalah kesempatan untuk mempraktikkan dan menyempurnakan seni komunikasi. Yang paling penting adalah menjaga pola pikir berkembang (*growth mindset*)—yakni keyakinan bahwa kemampuan berkomunikasi bukanlah bakat tetap yang dimiliki atau tidak dimiliki seseorang, melainkan keterampilan yang dapat terus diasah dan ditingkatkan. Ingatlah bahwa setiap komunikator ulung yang kita kagumi saat ini pernah menjadi pemula yang gugup, setiap pemimpin yang fasih pernah mengalami ketakutan berbicara di depan umum, dan setiap pencerita yang memikat pernah bergumul menyusun alur cerita mereka. Yang membedakan mereka adalah ketekunan, keberanian untuk tampil apa adanya, dan komitmen untuk terus belajar dari setiap pengalaman berkomunikasi.

Pesan Penutup dan Motivasi

Saat Anda menutup halaman terakhir buku ini, ingatlah bahwa transformasi dimulai ketika Anda mulai mengaplikasikan apa yang telah dipelajari dalam kehidupan nyata. Komunikasi yang efektif bukan soal menjadi sempurna, melainkan tentang keberanian untuk terus mencoba, kebijaksanaan untuk belajar dari kegagalan, dan empati untuk menyadari bahwa setiap orang memiliki tantangan komunikasi mereka sendiri. Di tengah dunia yang semakin terhubung namun justru sering terasa terpisah, kemampuan untuk berkomunikasi dengan empati, keaslian, dan kejelasan menjadi kekuatan luar biasa—sebuah *superpower*—yang dapat membawa perubahan, tidak hanya bagi hidup kita sendiri, tetapi juga bagi orang-orang di sekitar kita. Mulailah dari hal-hal sederhana: dengarkan dengan lebih sungguh-sungguh, ucapkan

terima kasih kepada seseorang yang berarti, atau kumpulkan keberanian untuk menyampaikan ide dalam kegiatan komunikasi berikutnya

Ingatlah bahwa setiap kata yang Anda ucapkan memiliki kekuatan untuk menyembuhkan atau melukai, untuk menginspirasi atau mengecilkan hati, untuk membangun jembatan atau mempertebal dinding. Gunakanlah kekuatan komunikasi Anda untuk membawa perubahan positif, satu percakapan pada satu waktu. Perjalanan menuju komunikasi yang efektif adalah sebuah maraton, bukan perlombaan singkat. Berikan ruang bagi diri Anda untuk belajar, berkembang, dan menjadi versi terbaik dari diri Anda melalui setiap interaksi. Seperti yang diingatkan oleh Dr. Boyd, otak manusia memiliki kemampuan luar biasa untuk beradaptasi dan berkembang, begitu juga kemampuan komunikasi Anda. Potensi transformasinya tidak terbatas; yang dibutuhkan hanyalah keberanian untuk memulai dan komitmen untuk terus melangkah maju.

REFERENSI

- Ariff, N. Z. Z. M., Kassim, N. A., Shoid, M. S. M., & Baharuddin, K. (2021). Ethics and integrity in social media. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(5), 310-318.
- Baartman, H. (2023). The Impact of Diplomatic Language on International Negotiations. *Global Journal of International Relations*, 1(1), 36-48.
- Bailenson, J. N. (2021). Nonverbal overload: A theoretical argument for the causes of Zoom fatigue.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual review of psychology*, 52(1), 1-26.
- Beatty, M. J., McCroskey, J. C., & Heisel, A. D. (1998). Communication apprehension as temperamental expression: A communibiological paradigm. *Communications Monographs*, 65(3), 197-219.
- Beauchamp, Susan & Stanley J. Baran. (2017). *Introduction to Human Communication: Perception, Meaning, and Identity*. New York: Oxford University Press.
- Beebe, Steven A. & Susan J. Beebe. (2016). *Public Speaking Handbook*. USA: Pearson.
- Calero, Henry H. (2005). *The Power of Nonverbal Communication: How You Act is More Important Than What You Say*. Los Angeles: Silver Lake Publishing.
- Celestin, M., Paul, H. J., & Clementine, N. (2023). Analysis of Effective Communication and Project Success: Survey on Electricity Access Roll Out Project at EDCL-EARP. *International Journal of Computational Research and Development*, 8(1), 8-16.
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New media & society*, 26(2), 941-960.
- Chritton, S. (2014). *Personal branding for dummies*. John Wiley & Sons.
- Collins, B. (2012). The importance of personal branding: uses of personal branding for career development and success.
- Constantin, E. C., Cohen-Vida, M. I., & Popescu, A. V. (2015). Developing cultural awareness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 696-699.

- Dennis, A. R., Moravec, P. L., & Kim, A. (2023). Search & Verify: Misinformation and source evaluations in Internet search results. *Decision Support Systems*, 171, 113976.
- DeVito, Joseph A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. 13th ed. New York: Pearson.
- Di Minin, E., Fink, C., Hausmann, A., Kremer, J., & Kulkarni, R. (2021). How to address data privacy concerns when using social media data in conservation science. *Conservation Biology*, 35(2), 437-446.
- Edmondson, A. C. (2018). *The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth*. John Wiley & Sons.
- Ewa Krautz, A. (2024). Tolerance of ambiguity, need for cognitive closure and feeling like a different person when speaking different languages. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 45(2), 289-305.
- Faliagka, E., Ramantas, K., Rigou, M., & Sirmakessis, S. (2017, June). Measuring personal branding in Social Media: towards an Influence Indication score. In *International Conference on Web Engineering* (pp. 252-261). Cham: Springer International Publishing.
- Furnham, A. (2019). Culture shock: A review of the literature for practitioners. *Psychology*, 10(13), 1832.
- Garcia, A. C. B., & Vivacqua, A. S. (2024). Navigating virtual spaces: Understanding user adaptation in online meetings during the pandemic. *International Journal of Human-Computer Studies*, 188, 103274.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. *Frontiers in psychology*, 9, 2238.
- Greene, John O. (2016). Oral Communication Skills. In Andrea Rocci & Louis de Saussure (Eds.), *Verbal Communication: Handbook of Communication Science*. (p. 549-565). Germany: De Gruyter.
- Kaputa, C. (2010). *You are a brand!: In person and online, how smart people brand themselves for business success*. Hachette UK.
- Kawaguchi, S. (2024). The Effect of Cultural Norms on Group Decision-Making in Japanese Corporations. *Frontiers in Management Science*, 3(5), 70-75.
- King, Dale. (2020). *Effective Communication Skills*. USA: Hamatea Publishing Studio.

- Kluger, A. N., & Itzhakov, G. (2022). The power of listening at work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 9(1), 121-146.
- Knapp, Mark L., Judith A. Hall & Terrence G. Horgan. (2014). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. USA: Wadsworth.
- Kowalchuk, M., Palmieri, H., Conte, E., & Wallisch, P. (2021). Narcissism through the lens of performative self-elevation. *Personality and Individual Differences*, 177, 110780.
- Mahajan, R., Gupta, P., & Misra, R. (2022). Employability skills framework: a tripartite approach. *Education+ Training*, 64(3), 360-379.
- Mandava, H. (2024). The use of contemporary Enterprise Resource Planning (ERP) technologies for digital transformation. *Journal of Artificial Intelligence and Big Data*, 31-35.
- Matlhaba, K. (2025). Self-Reflection and Personal Development. In *Enhancing Clinical Competence of Graduate Nurses* (pp. 53-110). Cham: Springer Nature Switzerland.
- McPheat, Sean. (2010). *Effective Communication Skills*. UK: MTD Training & Ventus Publishing Aps.
- McCroskey, J. C. (1984). The communication apprehension perspective. *Avoiding communication: Shyness, reticence, and communication apprehension*, 13-38.
- Mikkelsen, A. C., Sloan, D., & Tietsort, C. J. (2021). Employee perceptions of supervisor communication competence and associations with supervisor credibility. *Communication studies*, 72(4), 600-617.
- Mirowska, A., & Arsenyan, J. (2023). Sweet escape: The role of empathy in social media engagement with human versus virtual influencers. *International Journal of Human-Computer Studies*, 174, 103008.
- Morgan, M. (2011). Personal branding: Create your value proposition. *Strategic Finance*, 93(2).
- Murphy, K. J., & Caskey, A. (2024). Negotiation Strategies and Techniques. *J. Am. Acad. Matrimonial Law.*, 37, 169.
- Onyebueke, C. (2024). *The Role of Effective Communication in Ensuring Enhanced Productivity in Multicultural Organizations in a Third World Setting* (Doctoral dissertation, University of Liverpool).

- Ostic, D., Qalati, S. A., Barbosa, B., Shah, S. M. M., Galvan Vela, E., Herzallah, A. M., & Liu, F. (2021). Effects of social media use on psychological well-being: a mediated model. *Frontiers in psychology, 12*, 678766.
- Pearson, Judy C., Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter. (2011). *Human Communication: Make It Smart, Keep It Real. 4th Ed.* New York: McGraw-Hill.
- Ploman, E. W., & Hamilton, L. C. (2024). *Copyright: Intellectual property in the information age.* Taylor & Francis.
- Rachmad, Y. E. (2023). Personal Branding Theory. Ras Al Khaimah Mountain Kitab Nashr, Edition Khasse
- Reddy, P., Sharma, B., & Chaudhary, K. (2022). Digital literacy: a review in the South Pacific. *Journal of Computing in Higher Education, 34*(1), 83-108.
- Reed, C. J. (2018). *Personal branding mastery for entrepreneurs.* Evolve Global Publishing.
- Reiff, Mary Jo. (2016). Written Communication Skills. In Andrea Rocci & Louis de Saussure (Eds.), *Verbal Communication: Handbook of Communication Science.* (p. 567-586). Germany: De Gruyter.
- Rodríguez Viteri, M. A. (2023). The shadowing technique in the improvement of the oral production skills in adults.
- Rosen, J., Spatz, E. S., Gaaserud, A. M., Abramovitch, H., Weinreb, B., Wenger, N. S., & Margolis, C. Z. (2004). A new approach to developing cross-cultural communication skills. *Medical teacher, 26*(2), 126-132.
- Soler, C. M., & Roos, C. (2022). Anonymity and Cyberbullying on Social Media. *Tilburg University.*
- Spitzberg, B. H. (1983). Communication competence as knowledge, skill, and impression. *Communication education, 32*(3), 323-329.
- Sumaiya, B., Srivastava, S., Jain, V., & Prakash, V. (2022). The role of effective communication skills in professional life. *World Journal of English Language, 12*(3), 134-140.
- Sun, Y., Yang, H., Wu, X., Jiang, Y., & Qian, C. (2022). How safety climate impacts safety voice—Investigating the mediating role of psychological safety from a social cognitive perspective. *International journal of environmental research and public health, 19*(19), 11867.

- Susskind, J. (2022). *The digital republic: on freedom and democracy in the 21st century*. Bloomsbury publishing.
- Ting-Toomey, S., & Dorjee, T. (2018). *Communicating across cultures*. Guilford Publications.
- Tyagi, B. (2013). Listening: An important skill and its various aspects. *The Criterion An International Journal in English*, 12(1), 1-8.
- Wang, J. (2024). Research on the Speed of Information Transmission and User Cognition in the New Media Era. *Communications in Humanities Research*, 40, 204-210.
- Wang, J., Cheng, G. H. L., Chen, T., & Leung, K. (2019). Team creativity/innovation in culturally diverse teams: A meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 40(6), 693-708.
- White, P. (2024). How appreciation preferences compare across employees who speak different languages. *Strategic HR Review*, 23(3), 114-120.
- Wiederhold, B. K. (2025). Alone Together: The Paradox of Digital Connection and Social Isolation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Wolgast, A., & Oyserman, D. (2020). Seeing what other people see: accessible cultural mindset affects perspective-taking. *Culture and Brain*, 8(2), 117-136.
- Wood, Julia T. (2014). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*. 7th Ed. USA: Wadsworth. \
- Worthington, D. L., Bodie, G. D., & Fitch-Hauser, M. E. (2024). *Listening: Processes, functions, and competency*. Routledge.
- Xi, J., & Lantolf, J. P. (2021). Scaffolding and the zone of proximal development: A problematic relationship. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 51(1), 25-48.
- Zhang, Y., Zhang, C., & Liu, M. (2022). Effects of top-down, bottom-up, and horizontal communication on organizational commitment: evidence from chinese internet firms. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 65(3), 411-426.

KOMUNIKASI EFEKTIF

PENDEKATAN TEORI DAN PRAKTIS



Komunikasi dalam konteks masa kini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka atau komunikasi lisan dan tulisan konvensional. Era digital telah mentransformasi lanskap komunikasi secara fundamental, membawa tantangan sekaligus peluang baru. Komunikasi kini melibatkan platform digital, media sosial, pertemuan virtual, dan interaksi lintas budaya yang semakin intens dalam dunia yang terglobalisasi. Fenomena seperti remote working, tim virtual, dan kolaborasi internasional telah menjadi norma baru yang menuntut adaptasi dalam cara berkomunikasi.

Komunikasi yang efektif bukan sekedar tentang kemampuan berbicara dengan lancar atau menulis dengan baik. Komunikasi melibatkan kemampuan mendengarkan secara aktif, memahami komunikasi nonverbal, beradaptasi dengan konteks budaya yang berbeda, mengelola komunikasi dalam tim kerja, dan membangun hubungan interpersonal yang bermakna. Pesan dikatakan efektif jika informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain dapat dipahami dengan baik sesuai harapan penyampai pesan, dengan mempertimbangkan konteks situasi, latar belakang budaya, dan medium komunikasi yang digunakan. Kesamaan makna antara penyampai pesan dan penerima pesan menjadi hal penting yang harus terjadi saat proses pengiriman pesan, namun dalam realitas modern, pencapaian kesamaan makna ini menjadi semakin kompleks karena melibatkan beragam faktor seperti perbedaan generasi, teknologi komunikasi yang beragam, dan ekspektasi komunikasi yang terus berkembang.

Dalam buku berjudul "Komunikasi Efektif: Pendekatan Teori dan Praktis", penulis akan memaparkan ruang lingkup komprehensif tentang seni dan teknik berkomunikasi efektif yang relevan dengan tantangan dan peluang masa kini. Buku ini tidak hanya membahas teori komunikasi fundamental, tetapi juga mengintegrasikan pembahasan tentang komunikasi di era digital, strategi mengatasi misinformasi, komunikasi dalam tim multikultural, presentasi bisnis yang efektif, hingga pengembangan personal branding melalui komunikasi digital.



nasmedia
Penerbit Anggota IKAPI
PT Nas Media Indonesia
Sidorejo, Prambanan, Klaten 55584
Batus Raya No. 3 Makassar 90233
+62811 42 2017
@nasmedia.id nasmedia.id

E-BOOK

