

ETIKA DAN KOMUNIKASI EFEKTIF

**Arief Yanto Rukmana
Sri Wahyuning Astuti
Dang Syaras
Desy Misnawati
Bertaria Sohnata Hutaaruk
Tania Dwika Putri
Teti Sumarni
Lovia Evanne
Adi Muhammad Ramadhan**



GET PRESS INDONESIA

ETIKA DAN KOMUNIKASI EFEKTIF

Penulis :

Arief Yanto Rukmana
Sri Wahyuning Astuti
Dang Syaras
Desy Misnawati
Bertaria Sohnata Hutaaruk
Tania Dwika Putri
Teti Sumarni
Lovia Evanne
Adi Muhammad Ramadhan

ISBN :

Editor : Diana Purnama Sari,. S.E M.E

Penyunting : Tri Putri Wahyuni,S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, september 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Etika Dan Komunikasi Efektif ini.

Buku ini membahas Pengantar etika dan komunikasi efektif, Etika dan moralitas, Pengertian, unsur komunikasi dan proses komunikasi, Praktik simulasi komunikasi interpersonal yang efektif, Model, media, bantil, fungsi dan tujuan komunikasi, Komunikasi antar budaya, Komunikasi dalam Bahasa inggris, Komunikasi dan leadershi, Aspek nilai, norma, dan etika komunikasi.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB 1 PENGANTAR ETIKA DAN KOMUNIKASI	
EFEKTIF	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Peran Etika dalam Komunikasi.....	3
1.3 Prinsip Komunikasi Etis	6
1.3.1 Kejujuran dan Sejati	6
1.3.2 Menghormati Beragam Perspektif	6
1.3.3 Transparansi dan Akuntabilitas	7
1.3.4 Menyeimbangkan Kepentingan Individu dan Kolektif.....	7
1.3.5 Empati dan Sensitivitas Budaya	7
1.4 Teori Etis dan Komunikasi	8
1.4.1 Utilitarianisme	9
1.4.2 Deontologi.....	9
1.4.3 Etika Kebajikan.....	9
1.4.4 Menerapkan Teori Etis	10
1.4.5 Skenario Komunikasi Dunia Nyata.....	10
1.4.6 Menyeimbangkan Teori Etis	10
1.5 Pertimbangan Budaya dan Kontekstual.....	11
1.5.1 Perbedaan Budaya.....	11
1.5.2 Komunikasi Lintas Budaya.....	12
1.5.3 Menghindari Stereotip	12
1.5.4 Relativisme Budaya.....	12
1.5.5 Tantangan Komunikasi Global.....	12
1.5.6 Etika dan Globalisasi	13
1.5.7 Mempromosikan Pemahaman Antarbudaya	13
1.6 Tantangan untuk Komunikasi Etis	14
1.6.1 Misinformasi dan Berita Palsu	14

1.6.2 Masalah Privasi	14
1.6.3 Kebebasan Berbicara vs. Komunikasi yang Bertanggung Jawab	15
1.6.4 Menavigasi Sensitivitas Budaya	15
1.6.5 Kesenjangan Digital dan Aksesibilitas	15
1.6.6 Ruang Gema dan Polarisasi	16
1.6.7 Kompleksitas Komunikasi Global	16
1.6.8 Mengatasi Tantangan.....	16
1.7 Komunikasi Etis dalam Pengaturan Profesional	17
1.7.1 Tanggung Jawab Kepemimpinan	17
1.7.2 Kode Etik.....	17
1.7.3 Transparansi dan Akuntabilitas.....	18
1.7.4 Mengatasi Dilema Etis.....	18
1.7.5 Menghormati Kerahasiaan.....	18
1.7.6 Mengelola Konflik Kepentingan	18
1.7.7 Komunikasi Krisis.....	19
1.7.8 Mempromosikan Komunikasi Inklusif.....	19
1.7.9 Pelatihan dan Pendidikan Komunikasi.....	19
1.8 Mengajar dan Mempromosikan Komunikasi Etis	20
1.8.1 Mengintegrasikan Etika dalam Pendidikan.....	20
1.8.2 Skenario Kehidupan Nyata dan Studi Kasus.....	20
1.8.3 Mempromosikan Literasi Media.....	21
1.8.4 Peran Model Peran.....	21
1.8.5 Menciptakan Lingkungan Komunikasi yang Etis..	21
1.8.6 Mendorong Empati dan Mendengarkan Secara Aktif	21
1.8.7 Etika dalam Komunikasi Digital	22
1.8.8 Pembelajaran dan Refleksi Berkelanjutan	22
1.8.9 Pengaruh pada Komunikasi Masyarakat.....	22
1.9 Evolusi Etika Komunikasi	23
1.9.1 Tinjauan Sejarah	23
1.9.2 Era Cetak dan Etika Jurnalistik.....	23
1.9.3 Media Elektronik dan Penyiaran	23

1.9.4 Era Digital dan Etika Online	24
1.9.5 Globalisasi dan Etika Lintas Budaya.....	24
1.9.6 Munculnya Tantangan Etis Baru	24
1.9.7 Etika dalam Pemasaran dan Periklanan Digital.....	24
1.9.8 Komunikasi Lingkungan dan Keberlanjutan	25
1.9.9 Menatap ke Depan	25
DAFTAR PUSTAKA.....	26
BAB 2 ETIKA DAN MORALITAS	31
2.1 Pendahuluan	31
2.2 Etika.....	31
2.2.1 Kategori Etika	33
2.2.2 Perspektif Etis	36
2.2.3 Teori dan Pendekatan Etis	38
2.2.4 Prinsip etika	41
2.3 Moralitas	42
2.4 Etika Komunikasi.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	51
BAB 3 PENGERTIAN, UNSUR KOMUNIKASI DAN	
PROSES KOMUNIKASI	53
3.1 Pendahuluan	53
3.2 Pengertian Komunikasi	54
3.2.1 Unsur Komunikasi	56
3.2.2 Proses Komunikasi.....	60
3.2.3 Jenis – Jenis Komunikasi.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	65
BAB 4 PRAKTIK SIMULASI KOMUNIKASI	
INTERPERSONAL YANG EFEKTIF	67
4.1 Pendahuluan	67
4.2 Kompetensi Komunikasi Interpersonal	75
4.2.1 Keterampilan Mendengarkan Aktif.....	80
4.2.2 Mengatasi Konflik Komunikasi.....	81
4.2.3 Memberi dan Menerima Umpan Balik.....	83
4.3 Kesimpulan	84

DAFTAR PUSTAKA	85
BAB 5 MODEL, MEDIA, BENTUK, FUNGSI DAN	
TUJUAN KOMUNIKASI	87
5.1 Pendahuluan.....	87
5.2 Model Komunikasi	88
5.3 Media komunikasi	96
5.4 Bentuk Komunikasi	97
5.5 Fungsi Komunikasi	98
5.6 Tujuan Komunikasi	100
DAFTAR PUSTAKA	102
BAB 6 KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA	103
6.1 Pendahuluan.....	103
6.2 Definisi Etika dalam Komunikasi Antar Budaya.....	104
6.2.1 Elemen Utama Etika dalam Komunikasi Antar Budaya.....	105
6.3 Peran Etika dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Antar Budaya	106
6.4 Prinsip-prinsip Etika yang Relevan dalam Konteks Komunikasi Antar Budaya	108
6.5 Bagaimana etika komunikasi dapat Mempengaruhi interaksi antar budaya	109
6.6 Contoh kasus dan cara mengatasi perbedaan nilai budaya dalam komunikasi antar budaya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	116
BAB 7 KOMUNIKASI DALAM BAHASA INGGRIS.....	117
7.1 Pendahuluan.....	117
7.2 Pengertian Komunikasi	119
7.3 Unsur-Unsur Komunikasi.....	120
7.4 Perkembangan Keterampilan Bahasa	121
7.5 Jenis Mendengarkan	121
7.6 Sifat Metode Kuliah.....	123
7.7 Keterampilan Membaca.....	124
7.8 Strategi Membaca Aktif.....	126

DAFTAR PUSTAKA.....	128
BAB 8 KOMUNIKASI DAN LEADERSHIP	129
8.1 Pengertian Pola Komunikasi	129
8.2 Pola-pola Komunikasi	130
8.3 Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi	133
8.4 Komunikasi Efektif	133
8.5 Karakteristik Komunikasi Interpersonal Yang Efektif	135
8.6 Gaya Kepemimpinan.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	141
BAB 9 ASPEK NILAI, NORMA DAN ETIKA KOMUNIKASI.....	143
9.1 Nilai-Nilai Komunikasi.....	145
9.2 Norma Komunikasi	146
9.3 Etika Komunikasi.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	154
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Peran Etika dalam Komunikasi.....	3
Gambar 5.1. Model Komunikasi Lasswell.....	89
Gambar 5.2. Model komunikasi Schramme	90
Gambar 5.3. model komunikasi stimulus—respon	92
Gambar 5.4. model komunikasi Aristoteles	92
Gambar 5.5. Model komunikasi	93
Gambar 5.6. Model Westley dan Maclean	93
Gambar 5.7. Model komunikasi Garbner.....	94
Gambar 5.8. Model komunikasi Berlo	94
Gambar 5.9. Model komunikasi DeFleur	95
Gambar 5.10. Model komunikasi Tubbs.....	95
Gambar 5.11. Model komunikasi Gudykunts dan Kin.....	96
Gambar 8.1. Ilustrasi Lima Tipe Gaya Komunikasi.....	137

BAB 1

PENGANTAR ETIKA DAN KOMUNIKASI EFEKTIF

Oleh Arief Yanto Rukmana

1.1 Pendahuluan

Memahami persimpangan etika dan komunikasi melibatkan menggali hubungan yang rumit antara prinsip-prinsip moralitas (Kurniawan *et al.*, 2023) dan proses penyampaian informasi yang beraneka segi (Andriani, 2021). Etika, sebagai sistem nilai yang memandu perilaku manusia, bersinggungan dengan komunikasi (Rosalin, Natalia and Ambulani, 2020), yang berfungsi sebagai sarana untuk berbagi pikiran, gagasan, dan emosi (Nasir, 2020). Pada titik ini, pertimbangan etis menembus setiap aspek komunikasi (Guffey and Loewy, 2014), membentuk pilihan yang diambil individu dalam cara mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain (Ramadhan *et al.*, 2023).

Dalam ranah komunikasi antarpribadi, etika mengatur kejujuran, transparansi (Subroto, Wirawan and Rukmana, 2023), dan rasa hormat yang diperlihatkan individu saat menyampaikan pesan (Philipus, 2018). Komunikasi yang efektif bergantung pada pengembangan kepercayaan dan pengertian di antara para pihak, yang memerlukan pertimbangan etis seperti kejujuran, integritas, dan empati (Arianti and Muhammad, 2021). Kompas moral seorang komunikator memandu keputusan tentang apakah akan menahan informasi sensitif, bagaimana menyeimbangkan transparansi dengan melindungi privasi (Lidyah *et al.*, 2023), dan bagaimana menghindari manipulasi atau penipuan (Prados and Fernández, 2007).

Lanskap komunikasi publik yang lebih luas menggarisbawahi interaksi yang rumit antara etika dan penyebaran informasi ke khalayak yang lebih besar (Lesikar, Pettit and Flatley, 1993). Wartawan, misalnya, bergulat dengan dilema etika saat melaporkan berita. Harus mencapai keseimbangan antara hak publik untuk mengetahui dan potensi bahaya yang dapat ditimbulkan oleh informasi yang tidak disaring atau sensasional (Guffey and Loewy, 2014). Konsep seperti akurasi, objektivitas, dan meminimalkan bahaya mengemuka dalam skenario seperti itu, menyoroti keharusan etis dalam membentuk narasi yang jujur dan bertanggung jawab (Philipus, 2018).

Komunikasi digital dan munculnya media sosial telah menambah dimensi baru pada persimpangan etika dan komunikasi (Sutaguna, Norvadewi, *et al.*, 2023). Platform online memperkuat kecepatan dan jangkauan pesan, sehingga penting bagi individu untuk mempertimbangkan konsekuensi potensial dari kata-kata (Prados and Fernández, 2007). Cyberbullying, misinformasi, dan pelanggaran privasi menggarisbawahi tanggung jawab etis yang menyertai interaksi online (Martínez, 2010). Menegosiasikan ketegangan antara kebebasan berekspresi dan komunikasi yang bertanggung jawab menjadi sangat penting di era di mana informasi menyebar dengan cepat dan dapat berdampak luas (Iriantara, Subarna and Rochman, 2015).

Komunikasi organisasi juga memerlukan pemahaman etika yang mendalam, karena perusahaan menyampaikan nilai, misi, dan produk kepada pemangku kepentingan (Munte *et al.*, 2023). Komunikasi etis dalam organisasi melibatkan pesan internal yang transparan, menghindari iklan yang menyesatkan, dan memastikan bahwa pemangku kepentingan mendapat informasi yang baik tentang praktik perusahaan (Setiawan *et al.*, 2023). Reputasi dan kredibilitas organisasi terjalin dengan praktik komunikasi etis, menekankan pentingnya menyelaraskan kata-kata dengan tindakan (Arianti and Muhammad, 2021).

Memahami persimpangan etika dan komunikasi membutuhkan kesadaran tentang bagaimana prinsip-prinsip moral mendasar menginformasikan cara pesan dibuat, dibagikan, dan diterima (Al Aidhi *et al.*, 2023). Baik dalam interaksi antarpribadi, wacana publik, ranah digital, atau konteks organisasi, pertimbangan etis mendukung strategi komunikasi efektif yang menjunjung tinggi kebenaran, empati, rasa hormat, dan tanggung jawab (Harto *et al.*, 2022). Menyadari persimpangan ini memberdayakan individu untuk menavigasi jaringan komunikasi yang rumit dengan integritas dan berkontribusi pada pertukaran ide yang lebih etis dan harmonis dalam masyarakat (Astuti, 2022).

1.2 Peran Etika dalam Komunikasi



Gambar 1.2. Peran Etika dalam Komunikasi
(Sumber : <https://smpn3wotu.sch.id/>)

Peran penting etika dalam komunikasi tidak dapat dilebih-lebihkan, karena etika membentuk fondasi di mana interaksi yang efektif dan bermakna dibangun (Ramadhan *et al.*, 2023). Pada intinya, etika melibatkan prinsip dan standar yang memandu perilaku individu, memastikan bahwa tindakan sehat secara moral

dan selaras dengan norma masyarakat (Sutaguna, AR, *et al.*, 2023). Dalam ranah komunikasi, etika berfungsi sebagai kompas yang memandu individu dan organisasi dalam mengarungi lanskap kompleks penyampaian informasi, ide, dan emosi (Rosalin, Natalia and Ambulani, 2020).

Etika memberikan pengaruhnya di berbagai saluran komunikasi, baik lisan, tulisan, non-verbal, atau digital. Komitmen terhadap komunikasi etis tidak hanya menjunjung tinggi kejujuran dan kejujuran, tetapi juga meluas ke cara penyajian dan pembagian informasi. Dengan mengikuti pedoman etika, komunikator meningkatkan kredibilitas dan menumbuhkan kepercayaan di antara audiens. Kepercayaan ini, setelah terbentuk, menjadi landasan untuk membangun dan memelihara hubungan yang langgeng, baik dalam konteks pribadi, profesional, maupun sosial.

Meneliti dimensi etika komunikasi mengungkapkan konsekuensi potensial dari penyimpangan etis (Arianti and Muhammad, 2021). Contoh misinformasi, manipulasi, atau praktik penipuan tidak hanya dapat mengikis kepercayaan tetapi juga menyebabkan kerugian yang signifikan (Tigre, Curado and Henriques, 2023). Komunikasi etis mengutamakan akurasi, transparansi, dan akuntabilitas (Sutaguna, Zaroni, *et al.*, 2023), memastikan bahwa pesan disampaikan dengan maksud mencerahkan dan menguntungkan penerima daripada menyesatkan atau mengeksploitasinya (Hartley and Bruckmann, 2008).

Prinsip-prinsip seperti kejujuran, rasa hormat, transparansi, dan empati menggarisbawahi komunikasi etis (Nasir, 2020). Kejujuran memaksa komunikator untuk menyajikan informasi dengan jujur, tanpa distorsi atau hiasan (Philipus, 2018). Rasa hormat menekankan pengakuan atas beragam perspektif dan penanaman lingkungan di mana pendapat yang berbeda dihargai dan didengar (Andriani, 2021). Transparansi memerlukan

keterbukaan tentang motif dan niat, memungkinkan penerima untuk membuat penilaian (Rukmana, Zebua, *et al.*, 2023). Empati mendorong komunikator untuk mempertimbangkan perasaan, kebutuhan, dan latar belakang budaya audiens, membina hubungan yang melampaui sekadar pertukaran informasi (Ramadhan *et al.*, 2023).

Komunikasi etis memperluas jangkauannya ke ranah digital, di mana penyebaran informasi yang cepat telah mengubah dinamika interaksi. Dengan menjamurnya media sosial dan platform online, pertimbangan etis tidak hanya mencakup keakuratan informasi tetapi juga pembagian konten yang bertanggung jawab (Astuti, 2022). Sifat tanpa batas internet menekankan pentingnya kepekaan budaya dan pemahaman tentang berbagai norma etika di berbagai wilayah (Iriantara, Subarna and Rochman, 2015).

Menyeimbangkan cita-cita komunikasi etis dengan prinsip kebebasan berekspresi dapat menjadi tantangan, terutama di era di mana batas antara ranah publik dan privat menjadi kabur. Mencapai keseimbangan yang harmonis antara menjaga kebebasan individu dan menjunjung tinggi tanggung jawab etis memerlukan pemikiran dan pertimbangan yang cermat. Kemampuan untuk membedakan antara informasi otentik dan informasi yang salah dianggap sangat penting dalam menjaga integritas saluran komunikasi dan mengamankan wacana publik.

Dalam konteks profesional, komunikasi etis mengambil peran kepemimpinan (Rukmana, Bakti, *et al.*, 2023). Organisasi dan pemimpin memikul tanggung jawab untuk menetapkan standar etika, menetapkan kode etik, dan menumbuhkan budaya komunikasi etis dalam tim. Mengatasi dilema etika, yang mungkin timbul dari kepentingan yang bertentangan atau situasi yang ambigu, memerlukan literasi etika dan komitmen untuk menjunjung tinggi nilai-nilai inti (Hartley and Bruckmann, 2008).

Hubungan simbiosis antara etika dan komunikasi yang efektif menggarisbawahi sifat saling terkait. Komunikasi etis membentuk landasan di mana kepercayaan, kredibilitas, dan hubungan yang bermakna dibangun. Dengan berpegang pada prinsip etika, komunikator dapat mengatasi hambatan, menumbuhkan pemahaman, dan berkontribusi pada pengayaan wacana publik. Lanskap komunikasi yang berkembang menggarisbawahi relevansi etika yang terus-menerus, berfungsi sebagai cahaya penuntun dalam dunia interaksi manusia yang semakin kompleks (Rosalin, Natalia and Ambulani, 2020).

1.3 Prinsip Komunikasi Etis

Komunikasi etis, sebagai landasan interaksi yang bertanggung jawab dan bermakna (Nasir, 2020), didukung oleh seperangkat prinsip dasar yang memandu individu dan organisasi dalam usaha komunikatif (Andriani, 2021). Prinsip-prinsip ini tidak hanya membentuk isi pesan (Panuju, 2018) tetapi juga mempengaruhi cara penyampaian, penerimaan, dan interpretasi informasi (Ramadhan *et al.*, 2023).

1.3.1 Kejujuran dan Sejati

Pusat komunikasi etis adalah prinsip kejujuran, menuntut komunikator menyampaikan informasi yang akurat dan jujur. Kejujuran berfungsi sebagai mekanisme membangun kepercayaan, menumbuhkan kredibilitas dan menjaga integritas proses komunikasi. Komunikator dipaksa untuk menghindari distorsi, misrepresentasi, atau fabrikasi, sehingga memastikan bahwa informasi yang dibagikan mencerminkan kenyataan daripada manipulasi.

1.3.2 Menghormati Beragam Perspektif

Prinsip menghormati menggarisbawahi pengakuan dan penerimaan berbagai sudut pandang, latar belakang budaya, dan pengalaman. Komunikator etis secara aktif berusaha untuk

menciptakan lingkungan yang inklusif di mana pendapat yang berbeda tidak hanya ditoleransi tetapi juga dihargai. Ini memupuk dialog terbuka, memperkaya percakapan dengan berbagai wawasan dan perspektif.

1.3.3 Transparansi dan Akuntabilitas

Komunikasi etis mengutamakan transparansi, menekankan pentingnya mengungkapkan motif, niat, dan potensi konflik kepentingan. Transparansi memastikan bahwa penerima dapat membuat penilaian informasi tentang informasi yang disajikan. Bersamaan dengan transparansi, akuntabilitas menuntut komunikator bertanggung jawab atas konsekuensi pesan, yang mencerminkan kesadaran akan dampak kata-kata terhadap individu dan masyarakat pada umumnya.

1.3.4 Menyeimbangkan Kepentingan Individu dan Kolektif

Komunikasi etis menavigasi keseimbangan antara hak individu dan kesejahteraan kolektif. Sementara mengakui kebebasan berekspresi, komunikator etis juga mempertimbangkan potensi kerugian yang mungkin ditimbulkan oleh pesan pada individu atau kelompok. Prinsip ini mendorong komunikator untuk merenungkan implikasi sosial yang lebih luas dari kata-kata, yang bertujuan untuk menghindari bahaya yang tidak perlu atau prasangka yang terus berlanjut.

1.3.5 Empati dan Sensitivitas Budaya

Komunikasi etis membutuhkan komunikator untuk melatih empati dan kepekaan budaya, khususnya dalam interaksi lintas budaya. Empati memungkinkan komunikator untuk mengenali dimensi emosional dari pesan dan menyesuaikan komunikasi agar beresonansi dengan perasaan dan pengalaman audiens. Sensitivitas budaya memastikan bahwa pesan

disampaikan dengan cara yang menghormati norma budaya dan menghindari pelanggaran yang tidak disengaja.

Prinsip-prinsip ini secara kolektif berkontribusi pada jalinan etis komunikasi, mendorong lingkungan di mana dialog bersifat konstruktif, otentik, dan saling menguntungkan. Mematuhi prinsip-prinsip ini meningkatkan kualitas interaksi komunikasi dan memperkuat dampak positif komunikasi terhadap hubungan, pemahaman, dan kemajuan masyarakat. Selain itu, menawarkan kerangka kerja untuk menavigasi tantangan etis yang ditimbulkan oleh teknologi baru, seperti platform komunikasi digital, di mana pesan dapat dengan cepat melampaui batas geografis dan konteks budaya.

Prinsip-prinsip komunikasi etis berfungsi sebagai lampu penuntun yang menerangi jalan menuju interaksi yang bermakna dan bertanggung jawab. Dengan merangkul kejujuran, rasa hormat, transparansi, empati, dan pertimbangan kepentingan kolektif, komunikator menjunjung tinggi nilai-nilai yang mendukung komunikasi yang efektif di dunia yang beragam dan saling berhubungan (Gunawan, 2021). Prinsip-prinsip ini tidak hanya membentuk isi pesan tetapi juga mencerminkan karakter etis komunikator itu sendiri, berkontribusi pada wacana global yang lebih adil dan harmonis (Guffey and Loewy, 2014).

1.4 Teori Etis dan Komunikasi

Interaksi rumit antara teori etika dan komunikasi terletak di jantung wacana yang bertanggung jawab dan berprinsip (Rosalin, Natalia and Ambulani, 2020). Teori etika memberikan kerangka intelektual yang melaluinya komunikator menilai (Philipus, 2018) dan mengarahkan lanskap moral dari pesan, keputusan, dan interaksi (Chusumastuti, Zulfikri and Rukmana, 2023). Beberapa teori etika utama menawarkan perspektif berbeda tentang bagaimana komunikasi harus selaras dengan prinsip moral yang lebih luas (Guffey and Loewy, 2022).

1.4.1 Utilitarianisme

Utilitarianisme berpendapat bahwa tindakan etis adalah tindakan yang memaksimalkan kebahagiaan atau utilitas secara keseluruhan sambil meminimalkan kerugian. Ketika diterapkan pada komunikasi, utilitarianisme menekankan pentingnya menyampaikan informasi yang mengarah pada manfaat terbesar bagi sebagian besar penerima. Komunikator menimbang potensi hasil positif dan negatif dari pesan, berusaha untuk membuat konten yang memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat.

1.4.2 Deontologi

Etika deontologis menekankan tugas, hak, dan aturan moral sebagai landasan perilaku etis. Dalam komunikasi, deontologi mengarahkan komunikator untuk mematuhi prinsip dan kode etik, terlepas dari hasil potensial. Komunikasi etis berdasarkan prinsip-prinsip deontologis mengharuskan komunikator untuk menjunjung tinggi kejujuran, menghormati otonomi individu, dan perlindungan hak, terlepas dari tekanan eksternal atau daya pikat kemanfaatan.

1.4.3 Etika Kebajikan

Etika kebajikan berpusat pada penanaman sifat-sifat karakter yang baik untuk memandu perilaku etis. Dalam komunikasi, teori ini menekankan pengembangan kualitas seperti kejujuran, empati, dan integritas pada komunikator. Komunikator yang berbudi luhur menunjukkan perilaku etis tidak semata-mata berdasarkan aturan atau konsekuensi tetapi karena sejalan dengan karakter moral. Pesan dibentuk oleh komitmen terhadap keaslian, empati, dan karakter positif.

1.4.4 Menerapkan Teori Etis

Menerapkan teori-teori etika ini untuk komunikasi membutuhkan pemahaman yang bernuansa tentang prinsip-prinsip. Utilitarianisme mendorong komunikator untuk menilai konsekuensi potensial dari pesan pada audiens yang beragam dan memilih opsi yang memaksimalkan kesejahteraan secara keseluruhan. Deontologi mendorong komunikator untuk memprioritaskan kejujuran, integritas, dan rasa hormat, terlepas dari hasil potensial. Etika kebajikan mengilhami komunikator untuk menanamkan pesan dengan keaslian dan kasih sayang, mewujudkan sifat komunikasi yang baik.

1.4.5 Skenario Komunikasi Dunia Nyata

Teori etika memberikan panduan berharga saat menavigasi skenario komunikasi yang kompleks. Misalnya, ketika membahas topik kontroversial, utilitarianisme mendorong komunikator untuk mempertimbangkan manfaat potensial dari mengembangkan pemahaman terhadap risiko memicu konflik. Prinsip deontologis akan menuntut komunikasi yang transparan dan saling menghormati, terlepas dari perbedaan pendapat. Etika kebajikan akan memandu komunikator untuk menunjukkan empati dan kerendahan hati saat membagikan perspektif.

1.4.6 Menyeimbangkan Teori Etis

Dalam praktiknya, teori etika sering kali bersinggungan dan terkadang bertentangan. Komunikator mungkin perlu menemukan keseimbangan antara tujuan utilitarian, tugas deontologis, dan sifat karakter yang baik. Pendekatan utilitarian terhadap komunikasi, misalnya, mungkin bertentangan dengan prinsip deontologis jika melibatkan membengkokkan kebenaran demi kebaikan yang dirasakan lebih besar. Menyeimbangkan teori-teori ini membutuhkan pertimbangan yang cermat terhadap

konteks, nilai, dan konsekuensi potensial dari berbagai pendekatan komunikasi.

Teori etika keutamaannya memberikan kerangka filosofis yang menginformasikan keputusan dan perilaku komunikator. Apakah berjuang untuk memaksimalkan kesejahteraan masyarakat (utilitarianisme), mematuhi aturan moral (deontologi), atau menumbuhkan sifat-sifat karakter yang baik (etika kebajikan), komunikator menggunakan teori-teori ini untuk menavigasi medan komunikasi etika yang kompleks (Ilham *et al.*, 2023). Menerapkan teori-teori ini meningkatkan kualitas etika pesan dan mendorong pertukaran ide yang lebih bijaksana dan berprinsip dalam konteks yang beragam (Razali *et al.*, 2023).

1.5 Pertimbangan Budaya dan Kontekstual

Komunikasi tidak terjadi dalam isolasi (Hartley and Bruckmann, 2008), itu sangat dipengaruhi oleh norma budaya, nilai-nilai sosial, dan faktor kontekstual (Ramadhan *et al.*, 2023). Menyadari pentingnya pertimbangan budaya dan kontekstual ini sangat penting untuk komunikasi yang etis dan efektif (Arianti and Muhammad, 2021). Dimensi ini memainkan peran penting dalam membentuk bagaimana pesan dipahami, ditafsirkan, dan diterima oleh audiens yang beragam (Sudirjo, Putri, *et al.*, 2023).

1.5.1 Perbedaan Budaya

Budaya mencakup kepercayaan, tradisi, bahasa, dan norma sosial bersama masyarakat. Komunikasi etis mengakui dan menghormati perbedaan budaya, menahan diri dari memaksakan perspektif budaya sendiri pada orang lain. Kepekaan terhadap nuansa budaya membantu komunikator menghindari pelanggaran yang tidak disengaja dan memastikan bahwa pesan beresonansi secara positif dengan penerima dari berbagai latar belakang.

1.5.2 Komunikasi Lintas Budaya

Menavigasi komunikasi lintas budaya melibatkan penyesuaian pesan agar selaras dengan nilai-nilai budaya audiens yang dituju. Komunikator etis mengakui bahwa komunikasi yang dapat diterima atau efektif dalam satu budaya dapat disalahartikan atau tidak efektif dalam budaya lain. Memprioritaskan pembelajaran tentang adat budaya, tabu, dan preferensi komunikasi untuk menumbuhkan pemahaman dan mencegah salah tafsir.

1.5.3 Menghindari Stereotip

Komunikasi etis menghindari mengabadikan stereotip, yang terlalu menyederhanakan dan secara tidak adil mencirikan kelompok orang. Sensitivitas budaya menuntut komunikator menghindari membuat asumsi berdasarkan etnis, kebangsaan, atau penanda budaya lainnya. Sebaliknya, berusaha untuk memahami individu sebagai entitas unik sambil mengakui pengaruh latar belakang budaya.

1.5.4 Relativisme Budaya

Prinsip relativisme budaya berpendapat bahwa standar etika bergantung pada konteks dan bervariasi antar budaya. Sementara ini menantang gagasan norma etika universal, ini menggarisbawahi pentingnya memahami dan menghormati kerangka etika masyarakat yang berbeda. Komunikator etis mengakui bahwa apa yang dianggap perilaku etis dalam satu budaya mungkin berbeda di budaya lain dan menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan itu.

1.5.5 Tantangan Komunikasi Global

Dalam dunia yang terhubung secara digital, komunikasi etis melampaui batas geografis. Pesan dapat dibagikan secara global, membuat pertimbangan budaya dan kontekstual menjadi

lebih kompleks. Komunikator etis memperhatikan potensi salah tafsir yang disebabkan oleh hambatan bahasa, kesenjangan budaya, dan pandangan dunia yang berbeda. Bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini melalui komunikasi yang jelas, penuh hormat, dan peka budaya.

1.5.6 Etika dan Globalisasi

Globalisasi telah mengintensifkan interaksi budaya dan meningkatkan kebutuhan akan komunikasi etis lintas budaya. Komunikator etis menavigasi ketegangan antara melestarikan keragaman budaya dan mempromosikan nilai-nilai universal. Mengakui bahwa sementara beberapa prinsip etika dibagi lintas budaya, penerapan prinsip ini mungkin berbeda berdasarkan norma budaya.

1.5.7 Mempromosikan Pemahaman Antarbudaya

Komunikasi etis berkontribusi pada pemahaman antarbudaya dengan mendorong dialog yang saling menghormati dan saling belajar. Komunikator yang merangkul pertimbangan budaya dan kontekstual memfasilitasi pertukaran bermakna yang memperkaya perspektif dan menjembatani perbedaan budaya. Pertimbangan budaya dan kontekstual merupakan bagian integral dari komunikasi etis. Mengenali pengaruh budaya dan konteks memberdayakan komunikator untuk menavigasi seluk-beluk audiens yang beragam. Komunikator etis terlibat dalam pembelajaran berkelanjutan, mengadaptasi strategi komunikasi untuk mencerminkan kepekaan budaya dan meningkatkan pemahaman (Rukmana, Meltareza, *et al.*, 2023). Dengan merangkul dimensi-dimensi ini, komunikator berkontribusi pada lanskap komunikasi yang lebih inklusif, empati, dan efektif yang melampaui batas-batas budaya (Lesikar, Pettit and Flatley, 1993).

1.6 Tantangan untuk Komunikasi Etis

Ranah komunikasi etis bukannya tanpa tantangan (García-Maldonado *et al.*, 2011), itu bergulat dengan segudang kompleksitas yang berasal dari sifat teknologi yang berkembang (Rukmana, Rahman, *et al.*, 2023), prevalensi informasi yang salah, dan keseimbangan yang rapuh antara kebebasan berbicara dan ekspresi yang bertanggung jawab (Guffey and Loewy, 2014). Menavigasi tantangan ini sangat penting untuk menjaga integritas dan efektivitas komunikasi di dunia yang semakin saling terhubung (Philipus, 2018).

1.6.1 Misinformasi dan Berita Palsu

Era digital telah memperbesar tantangan misinformasi, sehingga memudahkan informasi palsu atau menyesatkan untuk menyebar dengan cepat. Komunikator etis menghadapi tanggung jawab untuk memverifikasi fakta, mengutip sumber yang dapat dipercaya, dan melawan informasi yang salah dengan informasi yang akurat. Konsekuensi dari informasi yang salah berkisar dari kepercayaan yang terkikis hingga perselisihan sosial, menekankan pentingnya komunikasi etis sebagai benteng melawan penipuan.

1.6.2 Masalah Privasi

Digitalisasi komunikasi telah menimbulkan masalah etika terkait privasi. Komunikator yang beretika harus menavigasi keseimbangan antara berbagi informasi dan menghormati hak privasi individu. Mengumpulkan, menggunakan, dan berbagi data pribadi secara transparan dan bertanggung jawab sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan menjaga kerahasiaan informasi sensitif.

1.6.3 Kebebasan Berbicara vs. Komunikasi yang Bertanggung Jawab

Komunikasi etis berdiri di persimpangan antara kebebasan berbicara dan kebutuhan akan ekspresi yang bertanggung jawab. Sementara kebebasan berbicara adalah hak fundamental, komunikator etis memahami bahwa kebebasan ini harus dilaksanakan dengan mempertimbangkan potensi bahaya dan kesejahteraan masyarakat. Mencapai keseimbangan yang tepat antara mengekspresikan sudut pandang yang beragam dan menghindari ujaran kebencian, informasi yang salah, atau hasutan untuk melakukan kekerasan merupakan tantangan yang berkelanjutan.

1.6.4 Menavigasi Sensitivitas Budaya

Dalam dunia yang saling terhubung, komunikator sering menyapa audiens yang beragam dengan norma budaya yang beragam. Komunikasi yang etis membutuhkan komunikator untuk menyesuaikan diri dengan kepekaan budaya, menghindari konten yang dapat ditafsirkan sebagai tidak sopan atau ofensif. Menegosiasikan garis tipis antara kebebasan berekspresi dan penghormatan budaya menuntut pemahaman yang bernuansa tentang konteks budaya yang berbeda.

1.6.5 Kesenjangan Digital dan Aksesibilitas

Komunikasi etis berupaya melibatkan semua individu dalam percakapan, namun kesenjangan digital menimbulkan tantangan. Tidak semua orang memiliki akses yang sama ke teknologi atau internet, membatasi kemampuan untuk berpartisipasi penuh dalam dialog online. Komunikator etis berusaha untuk memastikan bahwa pesan dapat diakses dan inklusif, dengan mempertimbangkan beragam keadaan audiens.

1.6.6 Ruang Gema dan Polarisasi

Platform digital dapat secara tidak sengaja membuat ruang gema, di mana individu hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan keyakinan saat ini. Ini memperkuat polarisasi dan menghalangi dialog konstruktif. Komunikator etis bekerja untuk mendobrak ruang gema ini dengan mempromosikan beragam perspektif dan mendorong diskusi terbuka yang menantang praduga.

1.6.7 Kompleksitas Komunikasi Global

Karena komunikasi melampaui batas geografis, komunikator etis bergulat dengan tantangan untuk memahami dan menghormati berbagai konteks hukum, budaya, dan bahasa. Menyesuaikan pesan untuk khalayak global memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap norma etika di berbagai wilayah, memastikan bahwa pesan tidak secara tidak sengaja menyinggung atau tidak sensitif secara budaya.

1.6.8 Mengatasi Tantangan

Komunikasi etis menuntut kewaspadaan, kemampuan beradaptasi, dan komitmen terhadap prinsip etika dalam menghadapi tantangan. Untuk memerangi misinformasi, komunikator melakukan pengecekan fakta dan verifikasi sumber. Untuk menavigasi masalah privasi, memprioritaskan transparansi dan persetujuan dalam penggunaan data. Menyeimbangkan kebebasan berbicara dan komunikasi yang bertanggung jawab membutuhkan pengaturan diri yang bijaksana dan pertimbangan potensi bahaya.

Tantangan terhadap komunikasi etis menggarisbawahi sifat dinamisnya dalam dunia yang berubah dengan cepat. Komunikator yang beretika mengatasi tantangan ini dengan menjunjung tinggi transparansi, akurasi, menghormati perspektif yang beragam, dan komitmen terhadap kesejahteraan individu

dan masyarakat. Menavigasi tantangan ini secara etis memperkaya komunikasi, mendorong wacana global yang lebih terinformasi, terhormat, dan inklusif (Sudirjo, Yani, *et al.*, 2023).

1.7 Komunikasi Etis dalam Pengaturan Profesional

Komunikasi etis mengasumsikan signifikansi tinggi dalam pengaturan profesional (Wahdiniawati *et al.*, 2023), di mana interaksi berdampak tidak hanya pada hubungan pribadi tetapi juga kesuksesan organisasi (Sono, Assayuti and Rukmana, 2023), reputasi, dan lingkungan kerja (Waluyo *et al.*, 2023). Di bidang profesional, komunikasi etis memerlukan komitmen terhadap kejujuran, transparansi, dan pertukaran informasi (Sari *et al.*, 2023) yang bertanggung jawab di antara rekan kerja, pemangku kepentingan, dan publik (Guffey and Loewy, 2022).

1.7.1 Tanggung Jawab Kepemimpinan

Pemimpin dan manajer memikul tanggung jawab yang cukup besar dalam menegakkan komunikasi etis. Mengatur nada untuk organisasi dengan mencontohkan perilaku etis dan mendorong budaya keterbukaan dan rasa hormat. Kepemimpinan etis memerlukan penyelarasan komunikasi dengan nilai-nilai organisasi dan menunjukkan komitmen terhadap pengambilan keputusan etis, bahkan ketika menghadapi tantangan atau tekanan.

1.7.2 Kode Etik

Menetapkan dan mematuhi kode etik adalah landasan komunikasi etis dalam pengaturan profesional. Kode-kode ini menguraikan perilaku yang diharapkan, standar komunikasi, dan nilai-nilai yang memandu interaksi dalam organisasi. Komunikator etis membiasakan diri dengan kode-kode ini dan menggunakannya sebagai prinsip panduan untuk memastikan bahwa pesan menjunjung tinggi standar etika organisasi.

1.7.3 Transparansi dan Akuntabilitas

Komunikasi yang etis menuntut keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada pemangku kepentingan. Komunikator berterus terang tentang niat, motivasi, dan potensi konflik kepentingan. Transparansi ini membangun kepercayaan dan kredibilitas, meningkatkan reputasi organisasi dan membina lingkungan kerja yang positif. Selain itu, komunikator etis bertanggung jawab atas pesan, menerima tanggung jawab atas konsekuensi yang tidak diinginkan yang mungkin timbul.

1.7.4 Mengatasi Dilema Etis

Pengaturan profesional sering menghadirkan dilema etika yang rumit yang memerlukan navigasi yang cermat. Komunikator etis mendekati dilema ini dengan pola pikir berprinsip, mempertimbangkan implikasi yang lebih luas dari keputusan terhadap pemangku kepentingan, kolega, dan organisasi. Mempertimbangkan konsekuensi potensial dan menyelaraskan pilihan dengan nilai dan standar etika.

1.7.5 Menghormati Kerahasiaan

Komunikasi etis dalam konteks profesional melibatkan menghormati kerahasiaan. Komunikator menangani informasi sensitif dengan hati-hati dan bijaksana, melindungi data pribadi dari pengungkapan yang tidak sah. Menghormati kerahasiaan tidak hanya menjaga kepercayaan tetapi juga mematuhi persyaratan hukum dan etika seputar privasi.

1.7.6 Mengelola Konflik Kepentingan

Komunikator etis waspada dalam mengelola konflik kepentingan yang dapat membahayakan integritas pesan. Menghindari situasi di mana kepentingan pribadi bertentangan dengan tujuan organisasi, memastikan bahwa komunikasi tidak

memihak dan selaras dengan kepentingan terbaik para pemangku kepentingan.

1.7.7 Komunikasi Krisis

Komunikasi etis bersinar sangat terang selama masa krisis. Komunikator etis menangani krisis secara transparan, memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu sambil menyeimbangkan kebutuhan organisasi untuk melindungi reputasinya. Memprioritaskan kesejahteraan pihak-pihak yang terkena dampak dan mengungkapkan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi krisis.

1.7.8 Mempromosikan Komunikasi Inklusif

Komunikasi etis mempromosikan inklusivitas dengan menghargai perspektif yang beragam dan mendorong lingkungan di mana semua suara didengar. Komunikator etis secara aktif mencari masukan dari individu dari latar belakang yang berbeda, mempromosikan kesempatan yang sama untuk berekspresi dan meminimalkan risiko komunikasi yang diskriminatif atau eksklusif.

1.7.9 Pelatihan dan Pendidikan Komunikasi

Organisasi sering berinvestasi dalam pelatihan dan pendidikan komunikasi untuk membekali karyawan dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk komunikasi yang etis. Program pelatihan membahas topik-topik seperti mendengarkan secara aktif, penyelesaian konflik, kepekaan budaya, dan penggunaan platform komunikasi digital yang bertanggung jawab.

Di arena profesional, komunikasi etis merupakan komponen integral dari kesuksesan dan integritas organisasi. Komunikator etis merangkul transparansi, akuntabilitas, dan prinsip-prinsip yang digariskan dalam kode etik. Komitmen terhadap perilaku etis meningkatkan hubungan di tempat kerja,

memupuk budaya organisasi yang positif, dan memperkuat reputasi organisasi di dunia yang saling berhubungan dan sadar akan etika.

1.8 Mengajar dan Mempromosikan Komunikasi Etis

Budidaya dan promosi komunikasi etis sangat penting (Iriantara, Subarna and Rochman, 2015) untuk mendorong interaksi yang bertanggung jawab, empati, dan efektif (Iriantara, Subarna and Rochman, 2015). Pendidik, institusi, dan masyarakat pada umumnya memainkan peran penting dalam menyampaikan keterampilan dan nilai komunikasi yang etis (Arianti and Muhammad, 2021). Mengajar dan mempromosikan komunikasi etis tidak hanya membekali individu dengan alat untuk dialog yang bijaksana (Lesikar, Pettit and Flatley, 1993) tetapi juga berkontribusi pada lanskap komunikasi yang lebih terinformasi dan harmonis (Ramadhan *et al.*, 2023).

1.8.1 Mengintegrasikan Etika dalam Pendidikan

Memasukkan etika ke dalam pendidikan komunikasi adalah landasan memelihara komunikator etis. Institusi pendidikan menawarkan kursus, lokakarya, dan kurikulum yang menekankan dimensi etika komunikasi. Program-program ini mengeksplorasi topik-topik seperti kejujuran, rasa hormat, kepekaan budaya, dan penggunaan teknologi yang bertanggung jawab, menanamkan pemahaman yang mendalam tentang landasan etika komunikasi.

1.8.2 Skenario Kehidupan Nyata dan Studi Kasus

Pendidikan etika sering kali mencakup skenario kehidupan nyata dan studi kasus untuk memfasilitasi penerapan praktis. Menganalisis dilema etika mendorong pemikiran kritis dan keterampilan pengambilan keputusan, memungkinkan siswa untuk menavigasi situasi yang kompleks secara etis. Dengan

terlibat dalam skenario ini, siswa mengembangkan kesadaran yang tinggi akan tantangan etis yang dapat muncul dalam berbagai konteks.

1.8.3 Mempromosikan Literasi Media

Pendidikan komunikasi yang etis meluas hingga mempromosikan literasi media. Individu diajari untuk menilai sumber informasi secara kritis, mengenali bias, dan membedakan antara konten yang kredibel dan tidak dapat diandalkan. Ini memberdayakan individu untuk membuat penilaian berdasarkan informasi, menolak informasi yang salah, dan berkontribusi pada ekosistem informasi yang lebih akurat dan bertanggung jawab.

1.8.4 Peran Model Peran

Pendidik dan mentor berfungsi sebagai model peran etis, mewujudkan nilai-nilai yang ingin tanamkan pada siswa. Melalui praktik komunikasi etis, panutan ini menunjukkan penerapan prinsip etika di dunia nyata, menginspirasi siswa untuk meniru perilaku ini.

1.8.5 Menciptakan Lingkungan Komunikasi yang Etis

Komunikasi etis tumbuh subur di lingkungan yang mempromosikan dialog terbuka, menghormati perspektif yang beragam, dan tidak adanya penilaian. Institusi pendidikan dan tempat kerja memupuk lingkungan ini dengan mendorong wacana yang saling menghormati, menghargai kontribusi dari semua pihak, dan menangani setiap contoh perilaku tidak etis dengan segera dan transparan.

1.8.6 Mendorong Empati dan Mendengarkan Secara Aktif

Komunikasi etis mengutamakan empati dan mendengarkan secara aktif. Program pendidikan menekankan pentingnya memahami sudut pandang orang lain, menghargai

pengalaman, dan terlibat dalam percakapan empati yang meningkatkan pemahaman dan koneksi.

1.8.7 Etika dalam Komunikasi Digital

Munculnya platform digital memperkenalkan pertimbangan etis baru. Pendidikan komunikasi etis mencakup topik-topik seperti etiket online, jejak digital, cyberbullying, dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab. Pendidik menyoroti konsekuensi potensial dari tindakan online dan membimbing siswa dalam menavigasi lanskap digital secara etis.

1.8.8 Pembelajaran dan Refleksi Berkelanjutan

Pendidikan komunikasi etis bukanlah upaya satu kali; itu mendorong komitmen seumur hidup untuk belajar dan refleksi. Komunikator etis terus menilai praktik sendiri, mencari peluang untuk pertumbuhan, dan beradaptasi dengan dinamika dan tantangan komunikasi yang berubah.

1.8.9 Pengaruh pada Komunikasi Masyarakat

Dampak pengajaran dan promosi komunikasi etis melampaui pengaturan pendidikan. Komunikator etis, dipersenjatai dengan landasan yang kuat dalam prinsip-prinsip etika, memberikan kontribusi positif terhadap wacana masyarakat. Interaksi mengalir melalui berbagai bidang, menumbuhkan pemahaman, menjembatani kesenjangan, dan menumbuhkan budaya rasa hormat dan empati.

Mengajar dan mempromosikan komunikasi etis meletakkan dasar untuk masyarakat yang lebih terhubung, saling menghormati, dan terinformasi (Sudirjo, Sutaguna, *et al.*, 2023).

1.9 Evolusi Etika Komunikasi

Evolusi etika komunikasi mencerminkan interaksi yang dinamis (Permana *et al.*, 2023) antara perubahan masyarakat, kemajuan teknologi (Wakil *et al.*, 2022), dan pertimbangan etis (Lesikar, Pettit and Flatley, 1993). Karena metode komunikasi telah berkembang dari waktu ke waktu, demikian pula pertimbangan etis seputar bagaimana informasi dibagikan, diterima, dan ditafsirkan (Rosalin, Natalia and Ambulani, 2020). Menelusuri evolusi etika komunikasi menawarkan wawasan tentang bagaimana kerangka etika telah beradaptasi dengan lanskap komunikasi yang terus berubah (Harto *et al.*, 2023).

1.9.1 Tinjauan Sejarah

Akar etika komunikasi dapat ditelusuri kembali ke tradisi filosofis kuno. Filsuf awal, seperti Plato dan Aristoteles, membahas tanggung jawab etis komunikator, menekankan pentingnya kebenaran, retorika, dan persuasi selaras dengan prinsip-prinsip moral.

1.9.2 Era Cetak dan Etika Jurnalistik

Munculnya mesin cetak pada abad ke-15 menandai era baru komunikasi massa. Penyebaran informasi tertulis memunculkan diskusi tentang tanggung jawab etis jurnalis dan penerbit. Etika jurnalisme berkembang untuk mencakup prinsip-prinsip seperti akurasi, keadilan, dan komitmen untuk melayani kepentingan publik.

1.9.3 Media Elektronik dan Penyiaran

Munculnya radio dan televisi memperkenalkan dimensi baru etika komunikasi. Penyiar bergulat dengan masalah objektivitas, sensasionalisme, dan tanggung jawab untuk memberikan sudut pandang yang seimbang. Kerangka etis dikembangkan untuk memandu praktisi media dalam

menyampaikan informasi yang akurat dan tidak memihak kepada publik.

1.9.4 Era Digital dan Etika Online

Maraknya teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, telah mengubah dinamika komunikasi. Etika komunikasi sekarang meluas ke ranah digital, di mana pertimbangan mencakup privasi online, kewarganegaraan digital, dan memerangi informasi yang salah. Penyebaran informasi yang cepat secara online menggarisbawahi perlunya komunikasi yang bertanggung jawab dan akurat.

1.9.5 Globalisasi dan Etika Lintas Budaya

Globalisasi telah memperkuat kebutuhan akan etika komunikasi lintas budaya. Ketika orang-orang dari berbagai latar belakang budaya terlibat dalam pertukaran digital, komunikator harus menavigasi kepekaan budaya, nuansa bahasa, dan berbagai norma etika. Pertimbangan etis semakin kontekstual, beradaptasi dengan lanskap budaya di mana komunikasi terjadi.

1.9.6 Munculnya Tantangan Etis Baru

Evolusi etika komunikasi juga telah memperkenalkan tantangan etika baru. Pelecehan online, cyberbullying, dan penyebaran ujaran kebencian adalah masalah kompleks yang menuntut tanggapan etis. Selain itu, munculnya deepfake dan konten berbasis kecerdasan buatan menantang gagasan tradisional tentang kebenaran dan keaslian dalam komunikasi.

1.9.7 Etika dalam Pemasaran dan Periklanan Digital

Dengan munculnya periklanan digital dan pemasaran influencer, masalah etika telah muncul terkait transparansi, pengungkapan, dan potensi manipulasi audiens. Pedoman etika

bertujuan untuk memastikan bahwa pesan pemasaran jujur, transparan, dan menghormati otonomi konsumen.

1.9.8 Komunikasi Lingkungan dan Keberlanjutan

Komunikasi etis telah diperluas untuk mencakup masalah lingkungan dan keberlanjutan. Komunikator bertugas menyampaikan informasi tentang isu lingkungan, perubahan iklim, dan konsumsi yang bertanggung jawab, menumbuhkan kesadaran etis dan mendorong tindakan positif.

1.9.9 Menatap ke Depan

Evolusi etika komunikasi adalah proses berkelanjutan yang dibentuk oleh teknologi baru, pergeseran budaya, dan nilai-nilai sosial yang berubah. Munculnya kecerdasan buatan, realitas virtual, dan mode komunikasi baru pasti akan menimbulkan dilema etika baru yang harus dihadapi oleh komunikator.

Evolusi etika komunikasi menggarisbawahi sifat dinamis pertimbangan etis dalam lanskap komunikasi yang selalu berubah (Guffey and Loewy, 2022). Kerangka kerja etis telah beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Dwijayani *et al.*, 2023) dan pergeseran nilai-nilai masyarakat, membimbing komunikator dalam menavigasi kompleksitas komunikasi modern sambil menjunjung tinggi prinsip kebenaran, rasa hormat, transparansi, dan tanggung jawab (Astuti, 2022). Dengan menanamkan nilai-nilai etika, keterampilan berpikir kritis, dan kemampuan untuk menavigasi konteks komunikasi yang beragam (Subroto, Wirawan and Rukmana, 2023), pendidik dan institusi membentuk komunikator yang mengutamakan perilaku etis dan berkontribusi pada dialog global yang lebih bermakna dan konstruktif (Lidyah *et al.*, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aidhi, A. *et al.* 2023. 'Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi', *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), pp. 118–134.
- Andriani, N. 2021. 'Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam', *Al-Hikmah*, 19(1), pp. 13–26.
- Arianti, D. and Muhammad, H. 2021. 'Etika Komunikasi Bisnis Online Di Era New Normal Perspektif Hukum Bisnis Islam', *As-Salam: Jurnal Studi Hukum Islam & Pendidikan*, 10(1), pp. 47–64.
- Astuti, W.B. 2022. 'Komunikasi Bisnis', *Laporan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* [Preprint].
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A. and Rukmana, A.Y. 2023. 'Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat)', *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(02), pp. 83–93.
- Dwijayani, H. *et al.* 2023. 'Determinant Factors E-Satisfaction and Repurchase Intention of Investment Platform Users In Indonesia', *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, pp. 46–51.
- García-Maldonado, G. *et al.* 2011. 'Ciberbullying: forma virtual de intimidación escolar', *Revista Colombiana de psiquiatría*, 40(1), pp. 115–130.
- Guffey, M.E. and Loewy, D. 2014. *Business communication: Process and product*. Cengage Learning.
- Guffey, M.E. and Loewy, D. 2022. *Essentials of business communication*. Cengage Learning.
- Gunawan, H. 2021. 'Pengaruh Implementasi Digital Marketing Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Usaha Yang Efektif', *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 2(2), pp. 27–38.
- Hartley, P. and Bruckmann, C. 2008. *Business communication*. Routledge.

- Harto, B. *et al.* 2022. 'Bibliometric Analysis of Transforming Leadership Education with Artificial Intelligence', in *The 1ST Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed by Scopus*, pp. 385–390.
- Harto, B. *et al.* 2023. *TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL: Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilham, I. *et al.* 2023. 'Digital Marketing's Effect On Purchase Decisions Through Customer Satisfaction', *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), pp. 185–202.
- Iriantara, Y., Subarna, T. and Rochman, S. 2015. 'Komunikasi bisnis', *Tangerang Selatan: Universitas Terbuka* [Preprint].
- Kurniawan, A. *et al.* 2023. 'TEORI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN', in *GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI*.
- Lesikar, R.V., Pettit, J.D. and Flatley, M.E. 1993. *Basic business communication*. Irwin Burr Ridge, IL.
- Lidyah, R. *et al.* 2023. 'The Evolution of Accounting Information Systems Research: A Bibliometric Analysis of Key Concepts and Influential Authors', *The ES Accounting And Finance*, 1(03), pp. 113–124.
- Martínez, J.M.A. 2010. 'Éxito escolar y cyberbullying', *Boletín de psicología*, 98, pp. 73–85.
- Munte, R.N. *et al.* 2023. *EKONOMI*. Global Eksekutif Teknologi.
- Nasir, M. 2020. *Etika dan komunikasi dalam bisnis: tinjauan Al-Qur'an, filsafat dan teoritis*. CV. Social Politic Genius (SIGn).
- Panuju, R. 2018. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana.
- Permana, A.A. *et al.* 2023. *ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING*. Get Press Indonesia.
- Philipus, N. 2018. 'Komunikasi Bisnis Yang Etis: Sebuah Tinjauan Kritis', *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 6(2).

- Prados, M.Á.H. and Fernández, I.M.S. 2007. 'Ciberbullying, un problema de acoso escolar', *RIED. Revista iberoamericana de educación a distancia*, 10(1), pp. 17–36.
- Ramadhan, A.M. *et al.* 2023. *Etika dan Komunikasi Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Razali, G. *et al.* 2023. 'Loyalty and the Effects of Trust and Switching Barriers', *Jurnal Mirai Management*, 8(1), pp. 237–248.
- Rosalin, S., Natalia, D.C. and Ambulani, N. 2020. *Komunikasi Bisnis: Pendekatan Praktis*. Universitas Brawijaya Press.
- Rukmana, A.Y., Zebua, R.S.Y., *et al.* 2023. *DUNIA MULTIMEDIA: Pengenalan dan Penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rukmana, A.Y., Meltareza, R., *et al.* 2023. 'Optimizing the Role of Business Incubators in Higher Education: A Review of Supporting Factors and Barriers', *West Science Business and Management*, 1(03), pp. 169–175.
- Rukmana, A.Y., Rahman, R., *et al.* 2023. *PENGANTAR SISTEM INFORMASI: Panduan Praktis Pengenalan Sistem Informasi & Penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rukmana, A.Y., Bakti, R., *et al.* 2023. 'Pengaruh Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengakuan Peluang, dan Jejaring terhadap Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen di Kota Bandung', *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 89–101.
- Sari, O.H. *et al.* 2023. *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setiawan, Z. *et al.* 2023. *Kewirausahaan Digital*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sono, M.G., Assayuti, A.A. and Rukmana, A.Y. 2023. 'Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi Pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat', *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), pp. 142–152.

- Subroto, D.E., Wirawan, R. and Rukmana, A.Y. 2023. 'Implementasi Teknologi dalam Pembelajaran di Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Dunia Pendidikan di Indonesia', *Jurnal Pendidikan West Science*, 1(07), pp. 473–480.
- Sudirjo, F., Yani, I., *et al.* 2023. 'Analysis of the Influence of Product Features, Price Perception, Brand and Customer Experience on Repurchase Intention of Smartphone Product', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), pp. 3325–3333.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I.N.T., *et al.* 2023. 'Antam Marketing Mix Strategy Group', *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(4), pp. 237–254.
- Sudirjo, F., Putri, P.A.A.N., *et al.* 2023. 'DURING THE COVID-19 PANDEMIC, SOUTH GARUT DEVELOPED A MARKETING PLAN FOR SANSEVIERIA ORNAMENTAL PLANTS', *Jurnal Ekonomi*, 12(02), pp. 1066–1075.
- Sutaguna, I.N.T., Norvadewi, N., *et al.* 2023. 'Implementation Social Media Marketing Implementation in MSMEs', *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 1(3), pp. 140–150.
- Sutaguna, I.N.T., AR, M.Y., *et al.* 2023. 'SOCIAL MEDIA MARKETING ON CAMPUS', *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), pp. 150–162.
- Sutaguna, I.N.T., Zaroni, A.N., *et al.* 2023. 'Training on Business Planning Using Business Canvas Models', *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), pp. 34–43.
- Tigre, F.B., Curado, C. and Henriques, P.L. 2023. 'Digital leadership: A bibliometric analysis', *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 30(1), pp. 40–70.
- Wahdiniawati, S.A. *et al.* 2023. *ENTERPRISE INFORMATION SYSTEM*. Get Press Indonesia.
- Wakil, A. *et al.* 2022. *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.

Waluyo, B.P. *et al.* 2023. *Studi Kelayakan Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.

BAB 2

ETIKA DAN MORALITAS

Oleh Sri Wahyuning Astuti

2.1 Pendahuluan

Sering sekali kita tidak "sreg" dengan perilaku yang dilakukan oleh orang lain. Kita beralasan apa yang dilakukan seseorang jauh dari etika yang ada. Kita bahkan langsung mengkaitkannya bahwa apa yang mereka lakukan tidak bermoral. Lihatlah bagaimana sekarang sopan santun, penghargaan terhadap orang tua sudah memudar dikalangan remaja. Tidak semua memang, karena banyak dari mereka juga yang masih menjunjung prinsip etika. Pertanyaan besar saat ini, apa itu etika dan apa kaitannya dengan Moralitas?

Buku ini mungkin akan memberikan *insight* tentang etika dan moralitas.

2.2 Etika

Jika didefinisikan secara sempit menurut penggunaan aslinya, etika adalah cabang filsafat yang digunakan untuk mempelajari perilaku ideal manusia dan cara hidup ideal. Pendekatan terhadap etika dan makna konsep terkait bervariasi dari waktu ke waktu di kalangan filsuf dan ahli etika. Misalnya, Aristoteles percaya bahwa perilaku ideal adalah praktik yang mengarah pada tujuan akhir eudaimonia, yang bersinonim dengan dengan tingkat kebahagiaan atau kesejahteraan yang tinggi; di sisi lain, Immanuel Kant, seorang filsuf dan ahli etika abad ke-18, percaya bahwa perilaku ideal adalah akting sesuai dengan tugasnya. Bagi Kant, kesejahteraan berarti memiliki kebebasan menjalankan otonomi (penentuan nasib sendiri), tidak digunakan

sebagai alat untuk mencapai tujuan, menjadi diperlakukan secara bermartabat, dan mempunyai kemampuan berpikir rasional (Arnett *et al.*, 2006).

Sebagai suatu disiplin ilmu filosofis, etika adalah pendekatan sistematis untuk memahami, menganalisis, dan membedakan hal-hal yang benar dan salah, baik dan buruk, dan mengagumkan atau menyedihkan karena berkaitan dengan kesejahteraan dan hubungan di antara makhluk hidup.

Penentuan etis diterapkan melalui penggunaan teori, pendekatan, dan kode etik formal, seperti kode etik yang dikembangkan untuk profesi dan agama. Etika adalah proses yang aktif dan bukan proses yang statis kondisinya, sehingga beberapa ahli etika menggunakan ungkapan melakukan etika. Ketika orang-orang melakukan etika, mereka perlu mendukung keyakinan dan pernyataan mereka dengan alasan yang masuk akal; dengan kata lain, meskipun orang percaya bahwa etika itu sepenuhnya subjektif, mereka harus mampu untuk membenarkan posisi mereka melalui argumen yang logis dan berdasarkan teori (Brannigan, 2012).

Perasaan dan emosi adalah bagian normal dari kehidupan sehari-hari dan dapat memainkan peran yang sah dalam melakukan etika. Namun, terkadang orang membiarkan emosinya mengambil alih kebaikan penalaran, dan bila hal ini terjadi, hal tersebut tidak memberikan landasan yang baik keputusan yang berhubungan dengan etika. Evaluasi dihasilkan melalui praktik etika memerlukan keseimbangan antara emosi dan nalar.

Sepanjang sejarah, manusia, berdasarkan budaya mereka, telah

terlibat dalam tindakan yang mereka yakini hanya dapat dibenarkan memiliki alasan yang jelas kemudian menunjukkan sebaliknya. Contohnya kepemimpinan Adolf Hitler. Bagi mereka yang setuju tentu apa yang dilakukan oleh Hitler sah sah saja dan

tidak melanggar etika, namun tidak sebaliknya bagi mereka yang tidak sejalan (Timmons, 2012)

Billington (2003) menggambarkan ciri-ciri penting mengenai konsep moral dan etika:

1. Tidak ada seorang pun dapat menghindari pengambilan keputusan moral atau etika karena hubungan sosial dengan orang lain mengharuskan masyarakat harus mempertimbangkan moral dan etika tindakan.
2. Orang lain selalu terlibat dalam keputusan moral dan etika seseorang. Moralitas pribadi tidak ada.
3. Keputusan moral penting karena setiap keputusan mempengaruhi kehidupan orang lain, harga diri, atau tingkat kebahagiaan.
4. Kesimpulan atau resolusi pasti tidak akan pernah tercapai dalam perdebatan etis.
5. Dalam bidang moral dan etika, orang tidak bisa melakukan penilaian moral tanpa diberi pilihan; dengan kata lain, suatu keharusan untuk membuat penilaian moral yang baik adalah kemampuan untuk memilih suatu pilihan di antara sejumlah pilihan.
6. Orang menggunakan penalaran moral untuk membuat penilaian moral atau untuk menemukan kebenaran Tindakan (Rich, 2016)

2.2.1 Kategori Etika

Etika dikategorikan menurut tiga jenis penyelidikan atau studi: yakni Etika normatif, Meta Etika dan Etika deskriptif, dan etika terapan.

1. Etika Normatif

Pendekatan pertama, etika normatif, adalah upaya untuk memutuskan atau menentukan nilai, perilaku, dan cara hidup yang benar atau salah, baik atau buruk, mengagumkan atau menyedihkan. Bila menggunakan metode etika normatif,

ditanyakan tentang bagaimana seharusnya manusia berperilaku, apa yang seharusnya dilakukan dalam situasi tertentu, tipe karakter apa yang harus dimiliki, atau bagaimana caranya seharusnya seseorang (Stokhof, 2018)

Etika normatif: Berkaitan dengan sistematika penyelidikan standar moral (norma dan nilai) dengan tujuan untuk memperjelas bagaimana seharusnya standar tersebut dipahami, dibenarkan, ditafsirkan, dan diterapkan pada masalah moral. Tindakan dan keputusan apa yang benar atau salah dari sudut pandang etika? Apa yang membuat suatu tindakan atau keputusan secara moral benar atau salah atau baik atau buruk? Bagaimana haruskah kita mengatur lembaga-lembaga sosial dasar (politik, hukum ekonomi), dan bagaimana seharusnya lembaga-lembaga tersebut mendistribusikan manfaat dan beban (hak, tugas, peluang dan sumber daya) di antara pihak-pihak yang terkena dampak? (Arnett *et al.*, 2006)

Hasil dari etika normatif adalah panduan yang didapat dari mengajukan pertanyaan normatif. Panduan ini mencakup standar dan kode moral yang diterima. Salah satu standar moral yang diterima adalah moralitas umum. Moralitas yang umum terdiri dari keyakinan dan perilaku normatif yang dilakukan anggota masyarakat, yang disetujui dan akrab bagi sebagian besar umat manusia. Karena itu terbentuk apa yang dapat dianggap sebagai moralitas universal.

Tujuh Moral yang bersifat Universal yaitu:

- a. Keberanian
- b. Keadilan
- c. Tunduk pada otoritas
- d. Membantu Kelompok
- e. Mencintai keluarga
- f. Mengembalikan bantuan

g. Menghormati Property orang lain

Moralitas tertentu yang dianut oleh kelompok tertentu dapat dibedakan dengan moralitas umum (Beauchamp & Childress, 2009). Moralitas tertentu, misalnya sebagai norma dan kode moral suatu profesi, sangat sarat dengan konten dan spesifik (Rich, 2016)

2. Meta-Etika

Fokus meta-etika, yang berarti “tentang etika”, bukanlah suatu penyelidikan tentang apa yang harus dilakukan atau perilaku apa yang harus ditentukan. Sebaliknya, metaetika berkaitan dengan pemahaman bahasa moralitas melalui suatu analisis makna konsep dan teori yang terkait secara etis, seperti makna kebaikan, kebahagiaan, dan akhlak yang berbudi luhur.

Ini adalah studi tentang istilah etika, pernyataan, dan penilaian. Hal ini berkaitan dengan analisis bahasa, konsep, dan metode penalaran dalam etika. Ini membahas arti istilah etika seperti benar, tugas, kewajiban, membenaran, moralitas, dan tanggung jawab. Epistemologi moral (bagaimana pengetahuan moral mungkin?) menyelidiki apakah moralitas itu subjektif atau objektif, relatif atau nonrelatif, dan apakah moralitas mempunyai dasar rasional atau emosional (Stokhof, 2018)

3. Etika Deskriptif

Etika deskriptif sering disebut sebagai etika ilmiah daripada filosofis penyelidikan etis. Merupakan pendekatan yang digunakan ketika peneliti atau ahli etika ingin mendeskripsikan apa yang orang pikirkan tentang moralitas atau kapan mereka ingin menggambarkan bagaimana orang sebenarnya berperilaku—yakni, moral mereka. Ini adalah

penyelidikan faktual terhadap standar moral. Ini menjelaskan praksis moral (pendapat moral, sikap, dan tindakan).

Contoh dalam dunia kesehatan terkait etika ini adalah sikap perawat dalam memberi tahu terkait penyakit pasien yang berat dan mematikan (Stokhof, 2018)

4. Etika Terapan

Etika terapan merupakan bagian dari etika normatif yang menitikberatkan pada bidang tertentu. “Penelitian filosofis, dari sudut pandang moral, terhadap isu-isu tertentu dalam lingkup pribadi dan kehidupan publik yang merupakan masalah penilaian moral.” Bioetika, etika hewan, etika lingkungan, etika antargenerasi etika, etika iklim, etika bisnis, dan etika komputer.

2.2.2 Perspektif Etis

Pemikiran, penilaian, dan penalaran etis berada dalam suatu kontinum antara dua pandangan yang berlawanan: relativisme etis dan objektivisme etis.

1. Relativisme Etis

Relativisme etis adalah keyakinan bahwa perbedaan etika dan moralitas dapat diterima antar individu atau masyarakat. Ada dua jenis relativisme etika: subjektivisme etika dan relativisme budaya (Brannigan & Boss, 2001).

Sebagain orang percaya dan memiliki keyakinan pada subjektivisme etis percaya “bahwa individu menciptakan moralitas dirinya sendiri [dan bahwa] tidak ada kebenaran moral yang obyektif—yang ada hanyalah opini individu”. Keyakinan masyarakat mengenai benar atau salahnya tindakan, atau baik atau buruknya, bergantung pada hal tentang bagaimana perasaan orang tentang tindakan, bukan tentang alasan atau etika sistematis analisis. Apa yang dianggap salah oleh seseorang belum tentu dianggap salah

oleh tetangganya tergantung pada variasi pendapat dan perasaan. Perbedaan-perbedaan ini dapat diterima oleh para subjektivis etis. Subjektivisme etis telah dibedakan dari relativisme budaya (Rich, 2016)

Pen (2000) mendefinisikan relativisme budaya sebagai “teori etika yang dimaksud dengan evaluasi moral berakar dan tidak dapat dipisahkan dari pengalaman, keyakinan, dan perilaku budaya tertentu, dan karenanya, apa yang salah dalam satu budaya mungkin tidak terjadi yang lain”. Orang-orang yang menentang relativisme budaya berargumentasi bahwa ketika hal ini dipraktikkan berdasarkan makna ekstrem atau harafiahnya, pemikiran seperti ini bisa berbahaya karena secara teori mungkin mendukung pemikiran relativis yang bersifat eksploitatif atau menyakitkan.

tindakan (Brannigan & Boss, 2001). Contoh relativisme budaya adalah kepercayaan bahwa tindakan sunat perempuan, yang terkadang disebut mutilasi alat kelamin perempuan, merupakan praktik moral. Meski tidak dianggap sebagai ritual keagamaan, tindakan ini dianggap dapat diterima secara etis oleh beberapa kelompok di negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun, di sebagian besar negara dan budaya, hal ini terjadi dianggap sebagai pelanggaran berat sesuai dengan Deklarasi Hak Asasi Manusia PBB (Rich, 2016)

2. Objektivisme Etis

Objektivisme etis adalah keyakinan bahwa prinsip-prinsip moral universal atau objektif ada. Banyak filsuf dan ahli etika kesehatan menganut pandangan ini, setidaknya sampai taraf tertentu karena mereka secara ketat atau longgar mematuhi pendekatan tertentu menentukan apa yang baik.

Contoh teori dan pendekatan etika objektivis adalah deontologi, utilitarianisme, dan teori hukum alam.

Meskipun beberapa ahli etika percaya bahwa teori-teori yang berbeda atau pendekatan saling eksklusif, teori dan pendekatan sering tumpang tindih ketika digunakan dalam praktik. Menurut Brannigan & Boss (2001), Penilaian moral adalah keseluruhan yang harus kita sesuaikan dengan prinsip, karakter dan niat, nilai-nilai budaya, keadaan, dan konsekuensinya (Rich, 2016)

2.2.3 Teori dan Pendekatan Etis

Teori dan pendekatan etika normatif berfungsi sebagai pedoman moral untuk menjawab permasalahan pertanyaan, “Apa yang harus saya lakukan atau tidak lakukan?” dan “Bagaimana seharusnya aku menjadi?” Sebuah teori dapat memberikan individu panduan dalam pemikiran dan penalaran moral, serta memberikan pembenaran atas tindakan moral.

1. Deontologi

Deontologi, yang secara harafiah berarti “studi tentang tugas”, adalah suatu pendekatan terhadap etika yang terfokus tentang tugas dan peraturan. Filsuf paling berpengaruh yang terkait dengan cara berpikir deontologis adalah Immanuel Kant (1724–1804). Kant mendefinisikan seseorang sebagai makhluk rasional, otonom (mengarahkan diri sendiri) dengan kemampuan mengetahui universal, hukum moral objektif dan kebebasan untuk memutuskan bertindak secara moral. Deontologi Kant menetapkan bahwa setiap makhluk rasional secara etis terikat untuk bertindak hanya berdasarkan rasa tugas; ketika memutuskan bagaimana bertindak, konsekuensi dari tindakan seseorang dipertimbangkan menjadi tidak relevan (Timmons, 2012).

Menurut Kant, hanya melalui tindakan yang penuh ketaatan manusia dapat menjadi bermoral. Bahkan saat individu tidak ingin bertindak karena kewajiban sekalipun, mereka tetap akan bertindak karena alasan etis. Kant menegaskan, berdasarkan fakta tindakan seseorang yang dimotivasi karena kewajiban, akan lebih baik daripada bertindak berdasarkan motivasi cinta. Karena pilihan rasional adalah dalam kendali seseorang, dibandingkan dengan kendali lemah atas emosi pribadi, Kant yakin bahwa hanya akal, dan bukan emosi, yang cukup untuk memimpin seseorang terhadap tindakan moral.

Kant percaya bahwa manusia adalah tujuan mereka sendiri dan harus diperlakukan sebagaimana mestinya. Setiap orang yang otonom dan mandiri mempunyai martabat dan patut dihormati, dan seseorang tidak boleh bertindak dengan memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuannya. Faktanya, ketika orang menggunakan orang lain sebagai alat untuk mencapai tujuan, meskipun mereka sendiri percaya bahwa mereka berusaha mencapai tujuan etis, Kant percaya bahwa manusia bisa dirugikan.

Namun demikian Kant percaya, jika menyangkut tindakan moral, tugas dan hukum bersifat mutlak dan tidak bersyarat. Kant mengusulkan bahwa orang harus mengikuti kerangka prinsip, atau aturan yang universal dan tanpa syarat, sebagai panduan untuk mengetahui kebenaran tindakan dan kewajiban moral seseorang. Dia menyebut hal ini mutlak dan tidak bersyarat yang disebut sebagai tugas imperatif kategoris. Ketika memutuskan masalah etika, seseorang harus bertindak sesuai dengan imperatif kategoris. imperatif kategoris merupakan perintah yang bukan bersifat permintaan atau komando, tetapi bersifat keharusan, tetapi juga bukan merupakan paksaan melainkan keharusan yang

bersifat mutlak, tanpa syarat, niscaya dan tanpa kekecualian (Timmons, 2012).

2. Konsekuensialisme

Kaum konsekuensialis, berbeda dengan deontologis, menganggap konsekuensi sebagai indikasi penting dari nilai moral dari tindakan seseorang. Utilitarianisme adalah teori etika konsekuensialis yang paling terkenal. Maksudnya utilitarianisme bahwa tindakan dinilai berdasarkan kegunaannya; yaitu, hal-hal tersebut dievaluasi menurut kegunaan konsekuensinya. Kapan orang menggunakan teori utilitarianisme sebagai landasan etika perilakunya. Pada dasarnya orang berusaha meningkatkan kesenangan dan menghasilkan kerugian yang paling sedikit.

Dengan kata lain, kaum utilitarian percaya bahwa hal itu bermanfaat bagi masyarakat mencapai “kebaikan terbesar untuk jumlah terbesar” orang-orang yang mungkin terkena dampaknya oleh suatu tindakan.

Utilitarianisme tindakan percaya bahwa setiap tindakan dalam keadaan tertentu harus dilakukan dipilih berdasarkan kemungkinan konsekuensi baiknya, bukan berdasarkan konsekuensi moral, aturan universal. Kegunaan setiap tindakan dalam mencapai kebahagiaan yang sebesar-besarnya adalah tujuan dari tindakan utilitarian, sementara utilitarian aturan bersedia menerima penyebab lebih banyak penderitaan daripada kebahagiaan dalam situasi tertentu untuk menghindari pelanggaran yang digeneralisasi aturan.

Misalnya, ingkar janji diperbolehkan menurut tindakan utilitarianisme jika akibat dari tindakan tersebut (mengingkari janji) menyebabkannya lebih banyak kebahagiaan daripada penderitaan dalam situasi tertentu. Dalam situasi yang sama, aturan utilitarian akan mengatakan itu sebuah janji harus ditegakkan karena, dalam banyak kasus,

menepati janji menyebabkan lebih banyak kebahagiaan daripada penderitaan (Timmons, 2012).

2.2.4 Prinsip etika

Ada aturan panduan yang mengatur setiap bidang kehidupan. Dalam etika dan moralitas, aturan-aturan dasar ini disebut dengan prinsip. Prinsip ini tercermin dalam; Kejujuran, objektivitas, integritas, kehati-hatian, keterbukaan, penghargaan terhadap intelektual, properti, kerahasiaan, publikasi yang bertanggung jawab, rasa hormat terhadap rekan kerja, tanggung jawab sosial, non-diskriminasi, legalitas kompetensi, perawatan hewan, dan perlindungan subyek manusia semuanya bersama-sama membentuk prinsip etika universal (Chima Ichendu, 2020) Apa yang dimaksud dengan teori etika? Tujuan teori etika antara lain untuk menyajikan dan mempertahankan jawaban sistematis terhadap dua pertanyaan berikut:

1. Standar moral (norma dan nilai) apa yang harus kita pertimbangkan ketika menilai tindakan, keputusan, dan institusi?
2. Bagaimana seharusnya standar moral tersebut dibenarkan? Peran teori moral: Filsafat moral pada dasarnya adalah masalah pemikiran tentang daya tarik berbagai hal teori etika. Teori moral merupakan hasil proses berpikir yang alamiah sempurna (Timmons, 2012).

Dua jenis teori etika:

1. Teori teleologis
Teori ini terdiri dari: Konsekuensialisme (dan utilitarianisme).
2. Teori deontologis
Teori ini terdiri dari:
 - a. Deontologi Kantian (monistik dan absolutistik).
 - b. Deontologi Rossian (pluralistik dan pro tanto).

2.3 Moralitas

Moralitas dapat berupa seperangkat standar atau prinsip yang diturunkan dari suatu kode etik tertentu filsafat, agama, atau budaya, atau dapat berasal dari standar yang diyakini seseorang harus bersifat universal. Filsafat moral mencakup ontologi moral, atau asal usul moral, serta epistemologi moral, atau pengetahuan tentang moral. Berbagai sistem ekspresi moralitas telah diusulkan, termasuk deontologis sistem etika yang mematuhi seperangkat aturan yang ditetapkan, dan sistem etika normatif yang mempertimbangkan manfaat dari tindakan itu sendiri. Contoh filsafat etika normatif adalah Golden Rule yang menyatakan bahwa:

“Seseorang harus memperlakukan orang lain sebagaimana dia ingin orang lain memperlakukan dirinya sendiri”

Etika (juga dikenal sebagai filsafat moral) adalah cabang filsafat yang membahas pertanyaan-pertanyaan tentang moralitas. Kata etika umumnya digunakan secara bergantian dengan 'moralitas', dan terkadang digunakan secara lebih sempit untuk mengartikan prinsip-prinsip moral dari tradisi tertentu, kelompok, atau individu. Demikian pula dengan jenis teori etika tertentu, khususnya etika deontologis, terkadang membedakan antara etika dan moral: Meskipun moralitas manusia dan etikanya sama saja hal, ada penggunaan yang membatasi moralitas pada sistem seperti Immanuel Kant, berdasarkan gagasan seperti itu sebagai tugas, kewajiban, dan prinsip perilaku, dengan mengesampingkan etika untuk pendekatan praktis yang lebih Aristotelian penalaran, berdasarkan gagasan tentang suatu kebajikan, dan secara umum menghindari pemisahan pertimbangan 'moral' darinya pertimbangan praktis lainnya (Fullinwider, 1989)

Dalam psikologi moral modern, moralitas dianggap berubah melalui perkembangan pribadi. Sejumlah psikolog telah menghasilkan teori-teori mengenai perkembangan moral,

biasanya melalui tahapan-tahapan moral yang berbeda-beda. Lawrence Kohlberg, Jean Piaget, dan Elliot Turiel memiliki pendekatan perkembangan kognitif terhadap pengembangan moral; moralitas para ahli teori ini terbentuk dalam serangkaian tahapan atau domain konstruktif (Timmons, 2012)

Psikolog sosial seperti Martin Hoffman dan Jonathan Haidt menekankan sosial dan perkembangan emosional berdasarkan biologi, seperti empati. Ahli teori identitas moral, seperti William Damon dan Mordechai Nisan, melihat komitmen moral muncul dari pengembangan identitas diri yang ada ditentukan oleh tujuan moral; identitas diri moral ini mengarah pada rasa tanggung jawab untuk mencapai tujuan tersebut (Stokhof, 2018)

Dalam teori Psikoanalisa Freud, diyakini bahwa Perkembangan moral merupakan produk dari aspek super ego sebagai penghindaran rasa bersalah dan malu. Lisensi moral mencoba menjelaskan fenomena ini dan mengusulkan agar keamanan citra diri meningkat kemungkinan kita untuk terlibat dalam perilaku tidak bermoral. Ketika citra diri moral kita terancam, kita bisa mendapatkan kepercayaan diri dari perilaku moral kita di masa lalu. Semakin kita percaya diri, semakin sedikit kekhawatiran kita terhadap perilaku kita di masa depan sebenarnya meningkatkan kemungkinan bahwa kita akan terlibat dalam perilaku tidak bermoral.

Berbeda dengan etika, moral adalah keyakinan, perilaku, dan cara tertentu yang diperoleh dari melakukan etika. Akhlak seseorang dinilai baik atau buruk melalui analisis etika yang sistematis. Kebalikan dari moralitas adalah (Abadi, 2016)moralitas, yang mana berarti bahwa perilaku seseorang bertentangan dengan standar dan prinsip etika yang berlaku di masyarakat, agama, budaya, atau profesional; contoh perbuatan amoral termasuk ketidakjujuran, penipuan, pembunuhan, dan tindakan pelecehan seksual. Amoral adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada tindakan yang biasanya dapat dinilai sebagai

moral atau tidak bermoral, namun dilakukan dengan kurangnya kepedulian terhadap perilaku yang baik. Misalnya, pembunuhan itu tidak bermoral, tapi jika seseorang melakukan pembunuhan tanpa rasa penyesalan sama sekali atau bahkan mungkin perasaan senang, orang tersebut bertindak amoral. Tindakan dianggap nonmoral jika standar moral pada dasarnya tidak berlaku pada tindakan tersebut; Misalnya, memilih antara sereal, roti panggang, dan selai untuk sarapan adalah keputusan yang tidak bermoral.

Ketika orang mempertimbangkan masalah etika, mereka biasanya mempertimbangkan hal-hal lain tentang kebebasan sehubungan dengan pilihan pribadi, kewajiban seseorang terhadap makhluk hidup lainnya makhluk, atau penilaian tentang karakter manusia. Istilah tidak etis digunakan untuk mendeskripsikan etika dalam bentuk negatifnya, misalnya karakter seseorang atau perilakunya bertentangan dengan sifat-sifat terpuji atau kode etik yang telah ada didukung oleh masyarakat, komunitas, atau profesi seseorang. Karena kata etika adalah digunakan ketika seseorang sebenarnya mengacu pada situasi moral, proses yang terkait atau melakukan konsepsi etika kadang-kadang diabaikan saat ini. Orang-orang sering menggunakan kata etika ketika mengacu pada kumpulan keyakinan dan perilaku aktual, sehingga menggunakan istilah etika dan moral secara bergantian (Timmons, 2012)

Moral adalah seperangkat aturan atau cara berperilaku yang menjadi dasar masyarakat. Elemen moral tertentu bersifat universal, seperti undang-undang yang melarang pembunuhan dan kewajiban dasar berbuat baik dan meningkatkan kesejahteraan yang lain. Moral mempunyai unsur sosial yang lebih besar dan cenderung mempunyai penerimaan yang sangat luas.

Moralitas mengacu pada seperangkat standar yang memungkinkan orang untuk hidup kooperatif dalam kelompok. Hal inilah yang dianggap “benar” dan “dapat diterima” oleh masyarakat.

Terkadang, bertindak secara moral berarti individu harus mengorbankan kepentingan jangka pendeknya demi kepentingan masyarakat. Individu yang melanggar standar ini mungkin dianggap tidak bermoral.

Mungkin bermanfaat untuk membedakan antara istilah-istilah terkait, seperti tidak bermoral, tidak bermoral, dan tidak bermoral. Masing-masing memiliki arti yang sedikit berbeda:

1. Immoral: Menggambarkan seseorang yang dengan sengaja melakukan tindakan yang menyinggung, padahal dia tahu bedanya mana yang benar dan salah
2. Nonmoral: Menjelaskan situasi di mana moralitas tidak menjadi perhatian
3. Amoral: Menggambarkan seseorang yang mengakui perbedaan antara benar dan salah, tetapi tidak peduli dengan moralitas (Timmons, 2012)

Dari pengertian diatas, dapat kita rincikan perbedaan antara etika dan moral ke dalam tabel berikut ini (Darsono, 2010:80-81):

Etika	Moral
Ilmu Pengetahuan	Adat Istiadat
Teori dan Ilmu	Nilai dan Norma
Benar-Salah	Baik-Buruk
Pikiran (otak Kiri)	Perasaan (otak kanan)
Rasional	Dogmatis
Masyarakat Modern	Masyarakat Konservatif

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ber-etika ialah berpikir dan berperilaku rasional berdasarkan ilmu pengetahuan, dan ber-moral ialah berperilaku baik berdasarkan pada adat-istiadat dan ajaran agama (Mufid, 2009)

2.4 Etika Komunikasi

Komunikasi mempunyai implikasi etis. Etika dalam arti luas menanyakan pertanyaan tentang apa yang kita yakini benar dan salah. Etika komunikasi menanyakan pertanyaan-pertanyaan ini ketika merenungkan komunikasi kita. Setiap hari kita harus membuat pilihan komunikatif, dan beberapa dari pilihan ini akan lebih atau kurang etis dibandingkan pilihan lainnya. Karena kita mempunyai pilihan-pilihan yang berbeda inilah etika kita diuji (Fullinwider, 1989)

Kita tidak pernah bisa mengatakan bahwa sesuatu itu benar-benar etis atau tidak etis, khususnya dalam hal komunikasi. “Membunuh seseorang pada umumnya dianggap tidak etis dan ilegal, namun banyak contoh ujaran yang menyakitkan, atau bahkan apa yang oleh sebagian orang dianggap sebagai ujaran kebencian, telah dilindungi sebagai kebebasan berpendapat. Hal ini menunjukkan hubungan rumit antara ujaran yang dilindungi, ujaran etis, dan hukum” (Communication in the Real World, 2013).

Ketika kita membuat pilihan komunikasi, pertanyaan apakah hal tersebut etis atau tidak bergantung pada berbagai variabel situasional, pribadi, dan/atau kontekstual yang mungkin sulit untuk dinavigasi. Banyak organisasi profesional telah menciptakan kode etik untuk membantu memandu pengambilan keputusan, dan bidang Ilmu Komunikasi pun demikian (Fullinwider, 1989)

Beberapa sarjana menelusuri asal usul etika komunikasi hingga pendidikan publik Amerika di awal tahun 1900-an, ketika pertanyaan tentang “kebersihan bicara” mendorong para peneliti untuk mengkaji peran pendidikan dalam menumbuhkan kualitas karakter moral dan “kesehatan mental” pada siswa (Arnett, 1987; Gehrke, 2009). Etika komunikasi pada dekade-dekade berikutnya menekankan pendidikan wicara yang berarti mempersiapkan warga negara untuk berpartisipasi, baik sebagai

pembicara maupun pendengar, dalam demokrasi, dan khususnya sebagai cara untuk melawan pidato fasis (Arnett et al., 2006)

Dikembangkan pada saat akses terhadap pendidikan dan proses demokrasi sedang bergeser dari elit ke massa, para sarjana ini fokus pada pidato pendidikan sebagai sarana untuk mengembangkan keunggulan moral secara psikologis, kognitif, dan komunikatif. Istilah-istilah yang mereka telusuri berasal dari kanon retorika klasik, seperti guru/cendekiawan besar Romawi

Definisi retorika menurut Quintilian adalah “orang baik yang berbicara dengan baik” (Quintilian, 2006). Pascaperang dekade di Amerika Serikat membawa peningkatan perhatian terhadap pertanyaan etika komunikasi melibatkan penghasutan, persuasi, propaganda, dan hak asasi manusia (Lomas, 1961; Nilsen, 1960; Parker, 1972).

Inti dari penelitian ini adalah perhatian terhadap keakuratan dan kebenaran sehingga “dalam setiap situasi persuasif terdapat kewajiban etis untuk memberikan informasi tersebut kepada pendengar yang dapat disediakan dalam waktu yang tersedia dan dengan media yang digunakan” (Nilsen, 1960, hal. 201).

Pada tahun 1980-an dan 1990-an, para pakar komunikasi berafiliasi dengan Pidato Asosiasi Komunikasi (sekarang Asosiasi Komunikasi Nasional) meresmikan yang pertama komisi etika komunikasi dan, selanjutnya, konferensi nasional pertama tentang etika (Arnett, Bell, & Fritz, 2010). Tokoh yang terkenal pada fase ini adalah Ken Anderson, James A. Jaksa, Richard Johannesen, Clifford Christians, dan Ron Arnett (Arnett et al., 2006)

Kemudian paruh kedua abad ke-20, para sarjana etika komunikasi mulai melakukan hal itu dan bergulat dengan problematika kekuasaan dan kebenaran mencoba menjawab pertanyaan etis mengenai hubungan antara pendirian sosial dan keadilan sosial. Ahli yang berada didalamnya adalah Jacques

Derrida, Jean-Francoise Lyotard, dan Michel Foucault, etika komunikasi kadang-kadang dicirikan oleh pergulatan antara pertanyaan-pertanyaan obyektivis dan kebenaran absolutis versus subjektif, konsepsi relativis tentang kebenaran. Para sarjana kritis terhadap perspektif obyektivis memanfaatkan wawasan dari teori kritis, ras kritis, feminis, pascakolonial, dan postmodernis yang menentang pemikiran ortodoks terkait sifat identitas, status subjek, dan peran kekuasaan dalam membangun model “yang baik.”

Salah satu tokoh yang mengkaitkan dengan etika dan rasisme, seksualitas dan seksisme adalah Molefi Asante, Larry Gross, dan Janice Hocker Rushing (Asante, 1992; Gross, 1991; Rushing, 1993)

Selama 100 tahun terakhir, etika komunikasi telah memunculkan pertanyaan tentang bagaimana menciptakan etika dunia dengan proses komunikasi, baik itu individu, tatap muka, termediasi, atau kelembagaan. Bidang etika perusahaan, misalnya, tidak menyangkut hubungan masyarakat yang “berkelanjutan” (green-leafing), namun praktik kelembagaan yang menciptakan kebaikan—seperti transparansi, akuntabilitas, dan pembagian keuntungan—tidak hanya untuk pemilik atau pemegang saham, tetapi juga untuk seluruh pemangku kepentingan pekerja, bumi, hewan, dan sebagainya (Groom & Fritz, 2012)

Beberapa ahli etika, seperti Zygmunt Bauman, kemungkinan besar akan berpendapat bahwa konsep etika perusahaan itu sendiri bersifat oxymoronic:

“Tidak ada dorongan moral yang dapat bertahan, apalagi muncul tanpa cedera, ujian yang kuat terhadap kegunaan atau laba. Semua imoralitas dimulai dengan menuntut ujian semacam itu” (Bauman, 1993).

Kesimpulannya, etika komunikasi menyangkut kearifan atas kebaikan, upaya untuk menyeimbangkan persainganilai-

nilai, kebutuhan, dan keinginan berbagai konstituen yang menghuni negara demokrasi pluralistik (Fullinwider, 1989)

Pada saat ini, keilmuan etika komunikasi dapat digambarkan melalui tiga pusat karakteristik: heterogenitas, interkonektivitas, dan historisitas.

Etika komunikasi ditandai dengan heterogenitas melalui banyaknya masalah etika, disiplin, konteks, perspektif teoretis, dan cara penalaran yang dapat ditempuh. Sebuah pertanyaan tentang penipuan, misalnya, dapat diperiksa dalam sejumlah konteks komunikasi (misalnya, sosial media, kampanye politik, organisasi tempat kerja, hubungan keluarga), dari sejumlah hal perspektif atau perhatian teoretis (misalnya, ideologis, dialogis, retorik, universalis), menggunakan sejumlah cara penalaran etis (misalnya, kebajikan, deontologis, teleologis, perawatan) dan kombinasi apa pun di dalam dan di antara kategori-kategori ini. Seringkali perspektif etis dan nilai-nilai saling bertabrakan, dan ahli etika mungkin menggunakan berbagai cara berpikir untuk mempertimbangkan prioritas nilai etika dibandingkan yang lain—pertanyaan tentang pelecehan misalnya, menyangkut nilai-nilai kebebasan berpendapat yang seimbang dengan kebebasan dari intimidasi dan gangguan. Namun heterogenitas tidak boleh disalahartikan sebagai relativisme (Brummett, 1981). Heterogenitas juga muncul karena banyaknya nilai yang mungkin menimbulkan konflik di suatu negara.

Kekuasaan adalah salah satu benang merah utama dalam ilmu etika komunikasi yang mengungkap sejauh mana politik dan etika saling berhubungan erat. Kekuasaan di sini dipahami untuk menggambarkan kapasitas untuk memaksakan, memelihara, memperbaiki, dan mengubah cara-cara penataan sosial tertentu secara eksplisit dan implisit mengkondisikan gagasan kita tentang kebaikan. Ketika nilai-nilai etika naik ke tingkat yang lebih tinggi memiliki kepentingan sosial/budaya, hal tersebut menjadi hukum dan bukan sekedar adat istiadat. Tapi semua hukum dan

pertanyaan tentang keadilan pada dasarnya adalah pertanyaan etis sejauh pertanyaan tersebut secara inheren membentuk kontur tentang apa yang dianggap baik oleh komunitas mana pun.

Hubungan antara etika dan kekuasaan dapat dipahami dalam tiga dimensi—keadilan, normativitas, dan kekuatan. Normativitas adalah suatu bentuk kekuasaan dengan implikasi etis yang luas. Tidak hanya norma sosial saja menjadi kerangka di mana semua bentuk kebaikan (dan lebih jauh lagi, keburukan) bisa diproduksi, mereka juga secara tidak kasat mata menjadi bagian dari keterkaitan yang saling terkait dalam sosial dan memungkinkan subjektivitas itu sendiri.

Gender, misalnya, merupakan suatu bentuk normativitas sosial yang mempunyai implikasi etis yang luas. Konvensi gender tidak hanya mengatur hampir semua hal variasi interaksi manusia (dari profesi hingga membesarkan anak), pelanggaran norma gender dihukum berat, sering kali dengan kekerasan. Demikian pula, karena setiap biner menyertakan hierarki, dalam kasus gender, standar laki-laki tidak hanya bersifat normatif namun tidak bersifat normatif bahkan ketika standar tersebut berlaku untuk menetapkan standar apa yang “baik” dalam banyak situasi (Fullinwider, 1989)

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W. 2016. Aksiologi: Antara Etika, Moral, dan Estetika. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 187. <https://doi.org/10.21070/kanal.v4i2.1452>
- Arnett, R. C., Arneson, P., & Bell, L. M. 2006. Communication Ethics: The Dialogic Turn. *Review of Communication*, 6(1-2), 62-92. <https://doi.org/10.1080/15358590600763334>
- Brannigan, M. C. 2012. Communication Ethics. *Encyclopedia of Applied Ethics: Volume 1-4, Second Edition*, 1-4, 507-515. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-373932-2.00005-3>
- Chima Ichendu. 2020. Morality and ethics in research Chima. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 2020(01), 2581-9615. <https://doi.org/10.30574/wjarr>
- Fullinwider, R. K. 1989. Communication Ethics. *Teaching Philosophy*, 12(2), 192-193. <https://doi.org/10.5840/teachphil198912249>
- Mufid, M. 2009. Etika dan Filsafat Komunikasi. *Jakarta: KencanaKencana*, 307 hlm.
- Rich, K. L. 2016. Introduction to ethics. *Nursing Ethics: Across the Curriculum and Into Practice*, 3-31. https://samples.jbpub.com/9781449649005/22183_CH01_Pass3.pdf
- Stokhof, M. J. B. 2018. Ethics and morality, principles and practice. *Zeitschrift Für Ethik Und Moralphilosophie*, 1(2), 291-304. <https://doi.org/10.1007/s42048-018-0016-x>
- Timmons, M. 2012. An Introduction to Moral Theory. *Moral Theory: An Introduction*, 1975, 11-29.

BAB 3

PENGERTIAN, UNSUR KOMUNIKASI DAN PROSES KOMUNIKASI

Oleh Dang Syaras

3.1 Pendahuluan

Disetiap kehidupan manusia tidak terlepas dari manusia itu berkomunikasi. Sejak dalam kandungan janin sudah dapat berkomunikasi melalui caranya seperti mengerakkan tubuhnya untuk memberikan sinyal atau merespon kepada sang ibu. Kemudian komunikasi terjalin ketika seorang bayi dilahirkan melalui tangisannya dan berlanjut kepada proses kehidupan di dunia. Komunikasi selalu ada di setiap jenjang kehidupan manusia dan komunikasi bagian yang menyatu dengan ilmu lainnya seperti ilmu filsafat, sains, teknologi, sosial dan ilmu lainnya yang saling berintegrasi. Menurut Rohim (2009:27) ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner. Karena ilmu komunikasi dipengaruhi oleh berbagai disiplin ilmu dan objek pengamatannya pun luas dan kompleks menyangkut aspek sosial, budaya, ekonomi dan politik dari kehidupan manusia.

Ketika kita sedang berbicara dalam hati dapat dikatakan bahwa itu merupakan proses komunikasi dengan diri sendiri. Tidak hanya itu ketika kita berbicara dengan orang lain maka terjadinya proses interaksi antar manusia yang kemudian menciptakan makna maka disebut dengan komunikasi. Komunikasi akan berjalan efektif apabila terjadi kesamaan makna dari sebuah pesan yang disampaikan dari individu ke individu lainnya. Setiap individu akan memaknai pesan baik secara positif

maupun negatif. Tidak semua individu dapat memahami atau mengerti dari pesan yang disampaikan hal ini difaktori oleh latar belakang budaya, karakteristik, bahasa, sikap, perilaku, cara berkomunikasi yang berbeda. Saat ini komunikasi tidak hanya terjalin secara langsung (tatap muka) namun dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju komunikasi dapat terjalin secara tidak langsung (tidak tatap muka) atau komunikasi secara digital. Dalam memahami komunikasi lebih lengkap lagi, untuk itu pada bab ini akan membahas mengenai pengertian komunikasi, unsur komunikasi dan proses komunikasi sebagai berikut.

3.2 Pengertian Komunikasi

Pada umumnya komunikasi mangacu pada proses yang dilakukan oleh manusia atau dari individu kepada individu lainnya yang bertujuan untuk memyampaikan pesan dan memberikan respon balik dari pesan yang disampaikan. Secara harfiah kata Komunikasi dalam bahasa inggris disebut dengan "*communication*" yang berasal dari kata Latin "*communicatus* atau *communis*", yang artinya yaitu sama atau bisa juga disebut dengan "berbagi" atau "menjadi milik bersama. Secara umum komunikasi dapat diartikan bahwasannya suatu cara bersama yang mempunyai tujuan untuk mencapai kebersamaan atau mempunyai tujuan bersama. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses berbagai atau pertukaran informasi dan pesan antara orang-orang yang terlibat dalam aktifitas komunikasi tersebut. Pesan komunikasi dapat berupa ide atau gagasan yang diwakili dengan simbol yang memiliki makna dan diterima secara bersamaan oleh orang yang berkomunikasi. Membahas mengenai definisi atau pengertian komunikasi saat ini banyak sekali pakar-pakar memberikan definis komunikasi berdasarkan bidang keahliannya, oleh karena itu untuk memahami pengertian

komunikasi dari berbagai ahli maka akan dijelaskan sebagai berikut :

Secara “terminologi” ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain (Arni, 2014:4)

Deddy Mulyana (2015 : 11) Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih

Menurut Agus M.Hardjana (2016 :15) “Komunikasi merupakan kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.

Richard L. Wiseman memberikan definisi komunikasi sebagai proses yang melibatkan pertukaran-pesan dan penciptaan makna (Richard 1995:15)

Komunikasi adalah proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noice*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan (Mufid, 2005:2)

Berdasarkan penjelasan mengenai definisi atau pengertian komunikasi dari berbagai ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses komunikator (orang yang menyampaikan atau mengirim) meliputi pesan, informasi, ide, gagasan dll kepada komunikan (orang yang menerima) melalui media tertentu yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atau pengertian yang sama sehingga komunikan terpengaruh atau mengalami perubahan sikap, tingkah laku dan bertindak sesuai yang diinginkan oleh komunikator.

3.2.1 Unsur Komunikasi

Dalam sebuah proses komunikasi, unsur-unsur komunikasi harus terlibat untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Unsur-unsur komunikasi dapat juga disebut dengan elemen komunikasi atau komponen komunikasi. Menurut Rayhaniah (2022:17) komunikasi diartikan sebagai proses pengoperasian rangsangan atau stimulus dalam bentuk simbol bahasa atau gerak (nonverbal) untuk mempengaruhi perilaku orang lain.

Ada 7 unsur dalam komunikasi yaitu sebagai berikut (Rayhaniah, 2022:17):

1. Sumber (*Source, Communicator, Sender, Encoder*)
2. Audiens/Kelompok Sasaran (*Receiver, Audience*)
3. Pesan (*Message*)
4. Saluran/Siaran/Media (*Channel/Media*)
5. Umpan Balik (*Feedback*)
6. Dampak/Efek
7. Gangguan (*Problems/noise*)

Komunikasi kemungkinan akan berhasil jika ada tumpang tindih yang tinggi dengan karakteristik yang dimiliki bersama oleh sumber dan audiens. Jika ada sedikit tumpang tindih dan masih banyak perbedaan antara sumber dan audiens, maka komunikasi kemungkinan besar tidak akan berhasil (Rayhaniah, 2022:18):

1. Sumber/Komunikator (*Source, Communicator, Sender, Encoder*)

Komponen utama dari awal proses komunikasi adalah sumber. Sumber di sini berfungsi sebagai pengirim informasi, atau sering disebut komunikator. Selain komunikator, dapat disebut sebagai sumber, pengirim, atau pengkodean. Sumber atau komunikator adalah pencetus pesan atau orang yang mengirimkan atau menyampaikan pesan/informasi/ide/gagasan. Sumber dapat berasal dari individu, kelompok, lembaga, atau

organisasi. Komunikator memainkan peran yang sangat penting dalam komunikasi untuk menentukan seberapa efektif mereka mempengaruhi komunikan (penerima pesan).

Menurut Cangara dalam Ritonga (2019:15) komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, komunikator biasa disebut pengirim, sumber, source atau encoder. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting dalam mengendalikan jalannya komunikasi

2. Audiens/Kelompok Sasaran/Komunikan (*Receiver, Audience*)

Pihak yang menjadi target dari komunikator untuk mengirim pesan adalah audiens atau disebut dengan komunikan sebagai penerima pesan. Proses komunikasi tidak akan berjalan apabila tidak ada audiens atau komunikan karena pesan yang akan disampaikan harus memiliki tujuan. Receiver atau decoder adalah istilah lain untuk penerima pesan. Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan dapat berupa individual, kelompok, massa, maupun anggota organisasi.

3. Pesan (*Message*)

Dalam proses komunikasi, pesan atau Message yang dimaksud adalah apa yang disampaikan baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi. Ini dapat berupa informasi, ajakan, imbauan, hiburan, saran, atau propaganda. Pesan disampaikan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan). Pesan dapat berupa kata-kata, ekspresi wajah, tekanan suara, dan penampilan.

4. Saluran/Siaran/Media (*Channel/Media*)

Saluran/media adalah merupakan alat yang digunakan oleh komunikator untuk berkomunikasi kepada komunikan. Dengan bantuan media, pesan dapat disampaikan kepada penerima. Media dalam ilmu komunikasi dapat didefinisikan sebagai jalur atau cara untuk berkomunikasi, dan alat untuk berkomunikasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia media dapat diartikan sebagai: 1. Alat. 2. Alat atau (sarana) komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Maka pengertian media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi yang dapat merangsang pikiran dan perasaan bagi si penggunaanya (Ritonga, 2019:17).

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:55) menyebutkan tujuan-tujuan media komunikasi sebagai berikut :

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
Setiap pesan di balik itu berupa berita dan informasi yang disampaikan secara luar baik secara antar personal dapat merubah sikap sasaran secara bertahap.
- b. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
- c. Merubah perilaku (*to change the behavior*)
Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.
- d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

5. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik (*Feedback*) adalah tanggapan/respon atau reaksi terhadap suatu pesan yang diterima oleh komunikan. Sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim oleh komunikator, maka komunikan akan memberikan tanggapan/umpan balik kepada komunikator. Dalam bahasa Inggris, istilah umpan balik sering disebut sebagai *feedback*, *reaction*, *response*, dan semacamnya. Umpan balik dapat dilihat dari adanya perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan perilaku dari komunikan.

6. Dampak/Efek

Dampak/efek adalah hasil dari komunikasi, artinya komunikator terlebih dahulu harus menentukan pesan komunikasi apakah akan memberikan perubahan pada audiens dan dapat mempengaruhi komunikan yang mana nantinya perubahan tersebut sesuai atau tidak dengan yang diharapkan oleh komunikator. Perubahan pada komunikan dapat berupa, pengetahuan, perilaku, emosi, perasaan, dan pikiran.

7. Gangguan/hambatan (*Problems/noise*)

Setiap hal yang tidak sesuai dengan rencana dan mengganggu proses komunikasi disebut sebagai gangguan. Gangguan/hambatan/*noise* adalah gangguan yang tidak diinginkan yang terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator, akibatnya, ada hal-hal yang tidak sesuai antara

maksud komunikator dan apa yang diterima atau dipahami komunikan. Gangguan dapat membuat proses komunikasi tidak berjalan efektif

3.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi ini terjadi ketika komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam kasus lisan, komunikator menyampaikan pesan melalui kata/bahasa/kalimat/nada/suara, sedangkan dalam kasus tulisan, komunikator menyampaikan pesan melalui tulisan tangan, chat/*message*. Selain itu, komunikan dapat menggunakan indera seperti mata, telinga, dan lainnya untuk menangkap pesan. Proses komunikasi mencakup penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak yang lain. Dalam proses ini, seseorang, kelompok orang, masyarakat, atau organisasi menciptakan dan menggunakan informasi untuk terhubung dengan lingkungan dan dengan orang lain. Proses komunikasi menurut Komala (2009: 83) adalah proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi yaitu menyampaikan pesan mewujudkan motif komunikasi. Proses komunikasi ini dikategorikan ke dalam dua perspektif yaitu

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis.

Proses ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika terjadi proses komunikasi, penyampaian dan penerimaan pesan oleh dan dari komunikator ke komunikan, maka dalam diri mereka terjadi suatu proses. Pesan yang disampaikan terdiri dari dua aspek yakni isi pesan (*the content of language*) dan lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran dan perasaan, sedangkan lambang adalah bahasa (Karyaningsih,2018:24)

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik.

Proses ini berlangsung ketika komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan secara lisan ataupun tulisan. Ketika komunikator menyampaikan pesan melalui bibir kalau lisan dan tangan jika tulisan. Dan penangkapan pesan oleh komunikan dapat dilakukan dengan indera telinga, indera mata, dan indera lainnya (Karyaningsih,2018:24). Proses ini diklasifikasikan dari dua tahap yaitu :

a. Proses Komunikasi secara Primer.

Proses komunikasi secara primer merupakan proses penyampaian pesan dapat berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol/lambang sebagai media atau saluran komunikasi. Lambang disini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Lambang verbal mencakup bahasa, baik lisan maupun tulisan. Sedangkan lambang nonverbal mencakup hal-hal yang tidak berupa bahasa, seperti isyarat tubuh, gerakan, gambar, warna, atau tanda-tanda yang tidak berupa bahasa, baik lisan maupun tulisan yang dapat secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder.

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana dapat dikatakan hal ini sebagai media kedua, sedangkan media pertama adalah lambang/symbol. Pada umumnya penggunaan media atau alat ini disebabkan oleh adanya jarak atau jauhnya antara komunikator dan komunikan atau hambatan lainnya yang tidak memungkinkan proses komunikasi terjadi secara langsung dan jumlah komunikan yang sangat banyak. Beberapa contoh media

kedua yang dimaksud yang sering digunakan dalam komunikasi adalah telepon, surat, surat kabar, radio, majalah, televisi, dan banyak lainnya. Media sekunder dianggap penting dalam proses komunikasi karena mereka dapat mencapai komunikan dengan cepat dan menjangkau khalayak sasaran secara luas.

3.2.3 Jenis – Jenis Komunikasi

1. Komunikasi langsung

Komunikasi langsung adalah proses yang terjadi antara dua atau lebih orang. pesan disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui kontak fisik langsung dalam komunikasi langsung. pesan dapat disampaikan dengan jelas dan dapat langsung direspon oleh penerima pesan. Bentuk komunikasi ini memungkinkan mereka yang memiliki otoritas untuk melihat, mendengar, dan memahami pikiran dan perasaan orang lain dengan jelas. Komunikasi langsung tidak hanya sebatas komunikasi nonverbal. Komunikasi langsung melibatkan penggunaan mata, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Indikator nonverbal seperti gerakan tangan, postur tubuh, dan ekspresi emosional juga dapat memberikan informasi tentang pesan yang dikirim dalam situasi komunikasi diam. Sehingga, komunikasi langsung memiliki keuntungan dalam memberikan informasi yang lebih jelas, lebih lama, dan lebih akurat.

Dalam komunikasi langsung sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dan saling memahami karena penerima pesan dapat memberikan umpan balik secara langsung kepada pengirim pesan, yang memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan efisien karena pengirim pesan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pesan mereka diterima dan dapat mengubah komunikasi mereka berdasarkan umpan balik tersebut.

Contoh penerapan komunikasi langsung dalam kehidupan sehari-hari adalah berbicara dengan teman-teman atau keluarga setiap hari. Kita dapat menyampaikan pesan kita dengan tepat dalam percakapan ini dengan menggunakan kata-kata yang jelas dan lugas. Selain itu, gerakan tubuh dan ekspresi wajah kita dapat membantu menyampaikan perasaan dan emosi kita dengan lebih baik. Misalnya, kita dapat tersenyum atau tertawa ketika kita senang; ketika kita sedih, kita mungkin menangis atau menghela nafas.

Selain itu, berkomunikasi langsung dapat membantu kita dalam menyelesaikan konflik atau perbedaan pendapat dalam kehidupan sehari-hari karena memungkinkan kita untuk secara terbuka menyampaikan pandangan atau mengungkapkan perasaan kita kepada orang lain, yang memungkinkan kita untuk mencapai kesepakatan atau solusi yang saling menguntungkan. Komunikasi langsung juga memungkinkan kita untuk mendengarkan dengan jelas dan menghargai orang yang kita bicarakan. Ini semua berkontribusi pada pembangunan hubungan yang lebih baik antara satu sama lain dan pada pembentukan lingkungan yang harmonis dan produktif.

2. Komunikasi Tidak langsung

Komunikasi tidak langsung adalah proses komunikasi yang mana pesan tidak disampaikan secara langsung atau melalui kata-kata atau ucapan melainkan pesan dikirim melalui media atau perantara tertentu. Komunikasi tidak langsung melibatkan penggunaan media atau perantara untuk mengirim pesan kepada penerima. Dalam jenis komunikasi ini, pesan tidak langsung tidak dikirim kepada penerima secara langsung melalui tatap muka atau kontak langsung; sebaliknya, pesan dikirim melalui media seperti surat, telepon, email, atau media sosial, yang memungkinkan komunikasi

tidak langsung terjadi tanpa kehadiran fisik pihak yang terlibat. Komunikasi tidak langsung dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti komunikasi bisnis atau pribadi. Pesan dapat dikirim melalui telepon atau media sosial seperti WhatsApp, Facebook, atau Instagram, atau ditulis atau diucapkan melalui surat atau email.

Dalam situasi sehari-hari kita, kita dapat menemukan contoh komunikasi tidak langsung seperti menggunakan bahasa tubuh atau ekspresi wajah untuk menunjukkan perasaan atau emosi seseorang, seseorang mungkin melipat tangan atau mengerutkan kening untuk menunjukkan ketidaksukaan. Contoh lain adalah menggunakan pesan tulisan atau surat untuk menyampaikan pesan yang sulit atau tidak suka secara tidak langsung. Misalnya, seseorang mungkin memilih untuk menulis surat untuk mengungkapkan perasaan mereka daripada berbicara langsung tentang keinginan mereka untuk mengakhiri hubungan romantis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M.Hardjana, 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa
- Deddy Mulyana, 2015. *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta : PT Buku Seru.
- Dr. Arni muhammad. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Effendy, Onong Uchjana Ilmu. 2015. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti
- Julia T. Wood. 2013. *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika
- Karyaningsih, Ponco Dewi. 2018. *Ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Komala, Lukiati. 2009. *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung : Widya Padjadjaran
- L.Tubbs, Stewart & Moss, Sylvia. 2008. *Human Communication : Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* Jakarta:Kencana
- Rayhaniah, Sri Ayu. 2022. *Komunikasi Kesehatan*. Bandung:Media Sains Indonesia
- Richard L. Wiseman. 1995. *Intercultural Communication Theory*, California State University, Fullerton
- Ritonga, Husni. 2019. *Psikologi Komunikasi*. Medan: Perdana Publishing
- Rohim, Syaiful H. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan aplikasi*. Jakarta:Rineka Cipta
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II. Jakarta: PT Indeks

BAB 4

PRAKTIK SIMULASI KOMUNIKASI INTERPERSONAL YANG EFEKTIF

Oleh Desy Misnawati

4.1 Pendahuluan

Pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal merupakan aspek krusial dalam membangun hubungan yang sehat dan berhasil di berbagai bidang kehidupan. Simulasi komunikasi interpersonal memberikan kesempatan bagi peserta untuk mempraktikkan keterampilan tersebut dalam situasi yang terkontrol dan aman. Pendahuluan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep simulasi komunikasi interpersonal dan mengidentifikasi tujuan dari praktik ini.

Dalam pembelajaran ini, akan dipelajari beberapa kompetensi penting dalam komunikasi interpersonal, termasuk keterampilan mendengarkan aktif, mengatasi konflik, dan memberi serta menerima umpan balik. Setiap kompetensi memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas hubungan interpersonal dan membuka pintu bagi kolaborasi yang sukses.

Melalui simulasi, peserta akan diajak untuk berperan dalam situasi komunikasi yang realistis dan relevan. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk berlatih menghadapi tantangan komunikasi sehari-hari dengan lebih percaya diri. Selain itu, melalui refleksi dan evaluasi, peserta dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam komunikasi mereka, sehingga dapat terus berkembang dan meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal mereka.

Diharapkan melalui materi praktik simulasi komunikasi interpersonal yang efektif ini, peserta akan dapat membawa perubahan positif dalam interaksi mereka dengan orang lain, baik dalam lingkungan pribadi maupun profesional. Keterampilan komunikasi yang terasah akan menjadi modal berharga untuk mencapai kesuksesan dalam berbagai aspek kehidupan, memperkuat hubungan dengan orang lain, dan menciptakan lingkungan yang lebih harmonis dan produktif.

1. Pengenalan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan dan informasi antara dua orang atau lebih yang berlangsung dalam konteks hubungan pribadi atau sosial. Ini melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal, termasuk penggunaan kata-kata, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara. Seperti yang disampaikan Joseph Devito menjelaskan bahwan komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan secara verbal mau[un non verbal yang dilakukan dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi. Tujuan dari komunikasi interpersonal adalah untuk menciptakan pemahaman, membangun hubungan yang erat, dan mendukung interaksi sosial yang bermakna dan efektif.

Kegiatan komunikasi interpersonal dapat ditentukan dalam banyak aspek keseharian kita, seperti percakapan tatap muka: Berbicara langsung dengan orang lain dalam interaksi tatap muka adalah bentuk paling umum dari komunikasi interpersonal. Ini bisa terjadi di rumah, tempat kerja, sekolah, atau dalam interaksi sehari-hari di lingkungan sosial. Kegiatan komunikasi interpersonal memainkan peran penting dalam membangun dan memelihara hubungan sosial yang sehat dan bermakna. Berikut beberapa peran penting komunikasi interpersonal dalam konteks keseharian;

- a. Komunikasi interpersonal yang dilakukan dengan terbuka, jujur dan empati membantu membangun kepercayaan di antara individu. Ketika seseorang merasa didengar dan dipahami, mereka cenderung merasa lebih nyaman membuka diri dan mempercayai orang lain.
- b. Melalui kegiatan Komunikasi interpersonal berbagi perasaan, pikiran, dan pengalaman, orang-orang dapat merasa lebih dekat dan saling terhubung secara emosional, akan membantu menciptakan kedekatan emosional antara individu.
- c. Komunikasi interpersonal yang terus-menerus dan berkelanjutan membantu memperkuat hubungan antar individu. Dengan berkomunikasi secara teratur, individu dapat lebih memahami satu sama lain, meningkatkan rasa saling menghargai, dan menjaga ikatan yang erat.
- d. Komunikasi interpersonal yang efektif juga berperan dalam menyelesaikan konflik dan perbedaan pendapat antara individu. Dengan berbicara secara terbuka dan mendengarkan dengan empati, individu dapat mencari solusi yang saling menguntungkan dan mencapai kesepakatan yang memuaskan.
- e. Komunikasi interpersonal yang baik memfasilitasi kolaborasi dan kerjasama yang efektif dalam berbagai situasi, termasuk di tempat kerja, dalam kelompok studi, atau dalam proyek bersama.
- f. Komunikasi interpersonal memberikan sarana bagi individu untuk mengekspresikan diri, baik dalam hal ide, pendapat, perasaan, atau kebutuhan. Hal ini membantu memperkuat identitas dan meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri dan orang lain.

- g. Melalui komunikasi interpersonal, individu dapat mengasah dan meningkatkan keterampilan sosial mereka, termasuk keterampilan mendengarkan, berbicara, memahami nonverbal, dan membangun empati.
- h. Dalam komunikasi interpersonal, individu dapat memberikan umpan balik secara langsung, memahami respon lawan bicara, dan melakukan penyesuaian sesuai dengan kebutuhan, sehingga menghasilkan komunikasi yang lebih efektif dan efisien.
- i. Melalui komunikasi interpersonal yang positif, orang-orang cenderung merasa lebih bahagia dan puas dengan hubungan mereka, yang berdampak positif pada kesejahteraan psikologis secara keseluruhan.
- j. Komunikasi interpersonal memainkan peran penting dalam membentuk jaringan sosial dan memperluas lingkaran pertemanan dan kenalan. Jaringan sosial yang kuat dapat memberikan dukungan dan peluang sosial yang berharga.

Secara keseluruhan, komunikasi interpersonal berperan sebagai pondasi yang kuat untuk membangun dan memelihara hubungan sosial yang sehat, bermakna, dan mendukung. Dengan mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal, individu dapat meningkatkan kualitas hubungan mereka dan menciptakan lingkungan sosial yang positif dan harmonis.

2. Tujuan dan Praktik Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Tujuan dari komunikasi interpersonal yang efektif adalah untuk menciptakan pemahaman yang baik antara individu yang terlibat dalam interaksi dan membangun hubungan yang sehat. Menurut Michael J. Papa (2018)

menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses saling berbagi pesan antara dua orang atau lebih dalam konteks hubungan pribadi. Ini mencakup pertukaran verbal dan nonverbal informasi, emosi, dan pemahaman antara individu-individu yang terlibat. Praktik komunikasi interpersonal yang efektif mencakup berbagai keterampilan dan strategi yang dapat membantu mencapai tujuan tersebut. Berikut tujuan komunikasi interpersonal yang efektif adalah;

- a. Memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh lawan bicara dan menunjukkan empati terhadap perasaan dan pandangan mereka.
- b. Pengembangan Hubungan yang Positif: Membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan orang lain, berdasarkan saling pengertian, saling menghargai, dan dukungan.
- c. Penyelesaian Konflik: Mengatasi perbedaan pendapat atau masalah dengan cara yang konstruktif dan mencari solusi yang memuaskan bagi semua pihak.
- d. Mendukung dan Membantu: Memberikan dukungan dan bantuan kepada orang lain ketika mereka mengalami kesulitan atau memerlukan bantuan.
- e. Mengungkapkan Diri dengan Jelas: Menyampaikan pesan dengan jelas dan terbuka sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan benar oleh pihak lain.
- f. Meningkatkan Keterampilan Sosial: Mengasah keterampilan sosial seperti mendengarkan, berbicara dengan sopan, dan membaca ekspresi wajah dan bahasa tubuh orang lain.

3. Konteks dan Latar Belakang Situasi Komunikasi Interpersonal

Konteks dan latar belakang situasi komunikasi interpersonal dalam keseharian merujuk pada situasi dan kondisi di mana interaksi situasi komunikasi interpersonal dalam keseharian merujuk pada situasi dan kondisi di mana interaksi komunikasi interpersonal terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Situasi-situasi ini sangat bervariasi dan mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk interaksi di rumah, di tempat kerja, di sekolah, di lingkungan sosial, atau bahkan di tempat umum.

Berikut adalah beberapa contoh deskripsi dari konteks dan latar belakang situasi komunikasi interpersonal dalam keseharian

a. Interaksi Keluarga

Interaksi Keluarga di Sarapan Pagi: Konteks: Anggota keluarga berkumpul di ruang makan untuk sarapan pagi bersama sebelum memulai aktivitas harian masing-masing. Latar Belakang: Momen ini menciptakan kesempatan bagi anggota keluarga untuk berbicara tentang rencana hari mereka, berbagi cerita, atau memberikan informasi penting sebelum berpisah untuk menjalani rutinitas harian

b. Rapat Tim di Tempat Kerja

Konteks: Anggota tim proyek berkumpul di ruang rapat untuk berdiskusi tentang perkembangan proyek, masalah yang dihadapi, dan langkah-langkah selanjutnya. Latar Belakang: Rapat ini berfungsi sebagai sarana untuk berkoordinasi, bertukar informasi, dan mengambil keputusan yang mempengaruhi jalannya proyek. Komunikasi interpersonal yang efektif di sini penting untuk kesuksesan dan kemajuan proyek.

- c. **Diskusi Kelompok dalam Proyek Sekolah**
Konteks: Mahasiswa berkumpul di perpustakaan atau ruang belajar untuk berdiskusi dalam kelompok tentang tugas atau proyek sekolah yang harus diselesaikan bersama. Latar Belakang: Diskusi kelompok ini bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang topik yang sedang dipelajari, berbagi ide, dan merencanakan strategi untuk menyelesaikan tugas secara kolaboratif.
- d. **Pertemuan Sosial di Tempat Kumpul Teman**
Konteks: Sebuah acara santai di rumah seorang teman di mana beberapa orang berkumpul untuk bersosialisasi dan menikmati waktu bersama. Latar Belakang: Acara ini menciptakan kesempatan untuk menguatkan hubungan pertemanan, berbicara tentang hal-hal ringan, berbagi cerita lucu, dan merayakan momen kebersamaan.
- e. **Obrolan Ringan dengan Rekan Kerja di Area Kopi**
Konteks: Rekan kerja bertemu di area kopi di tengah istirahat untuk berbincang santai di luar konteks pekerjaan. Latar Belakang: Obrolan ini berfungsi sebagai cara untuk melepas stres, membangun ikatan sosial, dan meningkatkan atmosfer kerja yang harmonis.

Setiap konteks dan latar belakang situasi komunikasi interpersonal memiliki nuansa dan tujuan tersendiri. Kemampuan untuk beradaptasi dan berkomunikasi secara efektif dalam berbagai konteks ini merupakan keterampilan penting dalam menjalani kehidupan sehari-hari dan membangun hubungan sosial yang kuat dan bermakna.

Praktik Komunikasi Interpersonal yang Efektif:

1. **Mendengarkan Aktif:** Mendengarkan dengan penuh perhatian dan memberikan respons yang menunjukkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.

2. Menggunakan Bahasa Tubuh yang Tepat: Menggunakan bahasa tubuh yang mendukung dan konsisten dengan pesan yang disampaikan.
3. Berbicara dengan Sopan dan Menghormati: Berbicara dengan sopan, menghormati pandangan orang lain, dan menghindari bahasa atau sikap yang menyinggung.
4. Bertanya dengan Tepat: Bertanya untuk mendapatkan klarifikasi atau informasi lebih lanjut ketika ada hal-hal yang tidak jelas atau kurang dipahami.
5. Memberikan Umpan Balik yang Konstruktif: Memberikan umpan balik dengan cara yang konstruktif dan bermanfaat untuk membantu orang lain meningkatkan keterampilan atau perilaku mereka.
6. Membangun Empati: Mencoba memahami perasaan dan perspektif orang lain dan menunjukkan empati dalam interaksi.
7. Menghindari Sengketa dan Argumen yang Tidak Produktif: Menghindari sengketa yang tidak produktif atau argumen yang hanya menyulut emosi, dan berusaha mencari titik kesepakatan atau solusi yang lebih baik.
8. Menyesuaikan Gaya Komunikasi: Menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan lawan bicara.
9. Mengenali dan Mengelola Emosi: Mengenali dan mengelola emosi sendiri serta mengenali emosi orang lain dalam interaksi.
10. Melakukan Refleksi: Merenungkan komunikasi yang telah terjadi untuk belajar dari pengalaman dan meningkatkan keterampilan komunikasi ke depannya.

Dengan menghayati tujuan dan menerapkan praktik komunikasi interpersonal yang efektif, individu dapat membangun

hubungan yang kuat dan saling mendukung, serta menciptakan lingkungan sosial yang positif dan harmonis

4.2 Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah fondasi dari setiap interaksi manusia, baik dalam lingkungan pribadi maupun profesional. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk hubungan yang bermakna dan saling menguntungkan. Namun, komunikasi interpersonal yang efektif tidak terjadi begitu saja; diperlukan kompetensi tertentu yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan baik, memahami, dan merespons orang lain dengan tepat

Pendahuluan ini akan membahas tentang kompetensi komunikasi interpersonal, yang mencakup keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan sukses dalam berbagai situasi. Dalam konteks kompetensi ini, individu akan belajar untuk menjadi pendengar yang aktif, berbicara dengan jelas dan efektif, berempati terhadap orang lain, mengelola konflik dengan baik, memberikan dan menerima umpan balik secara konstruktif, dan mengembangkan keterampilan sosial yang positif.

Tujuan dari memahami dan mengembangkan kompetensi komunikasi interpersonal adalah agar individu dapat membangun hubungan yang lebih baik, mengatasi tantangan komunikasi yang kompleks, dan mencapai tujuan secara lebih efektif dalam kehidupan sehari-hari. Kompetensi ini juga akan membantu individu untuk memperoleh kepercayaan diri dan keterampilan yang diperlukan dalam lingkup profesional, meningkatkan produktivitas dan kerjasama di tempat kerja.

Selama pendahuluan ini, kita akan membahas berbagai aspek komunikasi interpersonal yang relevan, menjelaskan mengapa kompetensi ini penting untuk perkembangan pribadi

dan hubungan sosial, serta memberikan panduan dan praktik yang bermanfaat untuk meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal.

Dengan menguasai kompetensi komunikasi interpersonal, individu dapat Kemampuan dan kompetensi dalam komunikasi mencakup berbagai aspek keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan baik dan efektif dalam berbagai situasi. Berikut adalah deskripsi kemampuan dan kompetensi utama dalam komunikasi memperkuat hubungan mereka dengan orang lain, memperoleh wawasan lebih dalam tentang diri sendiri, dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi dan profesional. Selanjutnya, kita akan menjelajahi berbagai kompetensi komunikasi interpersonal yang esensial untuk mencapai hubungan yang efektif, memahami berbagai situasi, dan meraih kesuksesan dalam berkomunikasi dengan orang lain.

1. Definisi Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Kompetensi komunikasi merupakan tingkat keterampilan penyampaian pesan, menurut Suprpto (2011) komunikasi merupakan suatu proses interaksi yang mempunyai aru antara sesama. Kompetensi komunikasi interpersonal merujuk pada keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain dalam situasi interaksi pribadi atau sosial. Ini mencakup berbagai keterampilan komunikasi verbal dan nonverbal, serta kemampuan untuk memahami, merespons, dan mengelola komunikasi dengan baik. Singh (2002) dalam Iriantara (2006) menyatakan kompetensi sebagai kemampuan untuk menyatakan, menyimak, mendengar, mendokumentasikan, menyampaikan, berdebat, dan menganalisis dengan menggunakan berbagai perangkat komunikasi."

Sedangkan Devito (2011) menyatakan “kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif. Kemampuan ini mencakup hal-hal seperti tentang peran lingkungannya (konteks) dalam mempengaruhi content dan bentuk pesan komunikasi. Contohnya pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain.

Kompetensi komunikasi adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan efektif kepada orang lain, menggambarkan bagaimana seseorang dapat berinteraksi dengan cukup, tepat, dan mencapai tujuan yang diharapkan. Kompetensi komunikasi mencakup kombinasi keahlian (*skills*), pengetahuan (*knowledge*), dan motivasi (*motivation*).

2. Pentingnya Kompetensi untuk pengembangan keterampilan Komunikasi

Kompetensi komunikasi merupakan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan efektif kepada orang lain, menggambarkan bagaimana seseorang dapat berinteraksi dengan cukup tepat dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Keterampilan komunikasi yang kuat membantu dalam semua aspek kehidupan, mulai dari kehidupan profesional hingga kehidupan pribadi, dan segala sesuatu di antaranya. Kompetensi komunikasi tentu saja sangat dibutuhkan oleh setiap individu dalam menjalankan peran mereka, baik dalam hubungan yang dibangun dalam keluarga, di lingkungan kerja, maupun dalam lingkungan sosial masyarakat. Dalam era pembelajaran digital, kompetensi 4C (*Critical Thinking, Creative Thinking, Collaboration, and*

Communication) dianggap sangat penting, dan hal ini menempatkan peserta didik sebagai pembelajar yang aktif serta komunikatif.

Pembentukan Hubungan dan Koneksi Emosional

- a. Komunikasi yang efektif memungkinkan kita untuk membentuk hubungan yang lebih kuat dengan orang lain. Kemampuan untuk menyampaikan perasaan, pemikiran, dan ide dengan jelas dan menggali empati membantu menciptakan koneksi emosional yang lebih dalam dengan orang lain.
- b. Mengatasi Konflik dan Meningkatkan Negosiasi
- c. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif membantu dalam mengatasi konflik dan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dalam negosiasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kompetensi komunikasi seseorang adalah;

- a. Pengetahuan: Tingkat pengetahuan seseorang dapat menjadi faktor utama dalam komunikasi.
- b. Persepsi; Persepsi seseorang terhadap situasi atau orang yang diajak berkomunikasi dapat mempengaruhi komunikasi.
- c. Peran dan hubungan; Peran dan hubungan antara komunikator dan komunikan dapat mempengaruhi komunikasi;
- d. Lingkungan: Lingkungan di mana komunikasi terjadi dapat mempengaruhi komunikasi.
- e. Emosi: Emosi seseorang dapat mempengaruhi cara dia berkomunikasi.
- f. Kondisi fisik: Kondisi fisik seseorang, seperti kesehatan dan kelelahan, dapat mempengaruhi kemampuan komunikasinya.

- g. Keterampilan; Keterampilan komunikasi yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi kemampuan komunikasinya.
- h. Motivasi: Motivasi seseorang untuk berkomunikasi dengan baik dapat mempengaruhi kemampuan komunikasinya

Dalam komunikasi interpersonal, faktor-faktor pendukung kompetensi komunikasi meliputi: kemampuan mendengarkan, kemampuan berbicara, kemampuan memahami bahasa tubuh, kemampuan menulis, dan kemampuan berempati.

3. Penilaian Diri terkait Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Penilaian diri terkait kompetensi komunikasi interpersonal adalah proses dimana seseorang secara sadar mengevaluasi dan mengkaji kemampuannya dalam berkomunikasi dengan orang lain dalam situasi interpersonal. Ini melibatkan refleksi diri untuk memahami sejauh mana seseorang efektif dalam berinteraksi, berbicara, mendengarkan, dan berkolaborasi dengan orang lain dalam berbagai konteks. Berikut adalah komponen penting dalam penilaian diri terkait kompetensi komunikasi interpersonal:

- a. Kemampuan mendengarkan, seseorang harus mempertimbangkan sejauh mana dia mampu mendengarkan dengan aktif dan memahami apa yang dikatakan orang lain. Apakah dia cenderung terganggu atau kurang fokus saat berbicara dengan orang lain?
- b. Kemampuan berbicara; evaluasi mencakup cara seseorang berbicara. Apakah dia dapat mengkomunikasikan gagasan dan pesan dengan jelas dan efektif? Bagaimana intonasi suara, kejelasan, dan

penggunaan kata-kata yang dia pilih memengaruhi komunikasinya?

- c. Kemampuan menyampaikan empati; kemampuan ini melibatkan pemahaman terhadap perasaan dan perspektif orang lain. Seseorang harus bertanya pada diri sendiri apakah dia dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain, dan apakah dia dapat mengungkapkan empati secara tepat.

4.2.1 Keterampilan Mendengarkan Aktif

Keterampilan mendengarkan aktif adalah komponen penting dalam berkomunikasi yang efektif dan membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan orang lain. Dengan mengasah keterampilan ini, Anda dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dan menghindari misinterpretasi atau kesalahpahaman yang mungkin terjadi selama percakapan.

Keterampilan mendengarkan aktif adalah suatu kemampuan yang sangat penting dalam berkomunikasi dengan efektif. Ketika seseorang menerapkan keterampilan mendengarkan aktif, mereka memberikan perhatian penuh kepada pembicara dengan menghindari distraksi, sehingga dapat lebih baik memahami pesan yang disampaikan. Selain itu, mereka juga aktif dalam mengklarifikasi ketidakjelasan, mengajukan pertanyaan yang relevan, dan memberikan umpan balik yang sesuai. Dengan melakukan ini, mendengarkan aktif menciptakan ruang untuk pertukaran informasi yang lebih efektif dan menghindari potensi kesalahpahaman. Keterampilan ini membantu membangun hubungan yang kuat dan saling pengertian dengan orang lain, baik dalam konteks pribadi maupun profesional, serta meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal secara keseluruhan (Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & Proctor, R. F., 2019).

Menurut Carl Rogers, seorang psikolog dan pakar dalam bidang terapi, ia mendefinisikan mendengarkan aktif sebagai "suatu pendekatan komunikasi yang melibatkan perhatian yang penuh dan terfokus pada pesan dari pembicara, ditandai dengan empati dan pemahaman tanpa syarat." Dalam konsep ini, Rogers menekankan pentingnya memberikan perhatian sepenuhnya pada apa yang disampaikan oleh pembicara, tanpa menyela atau mengganggu proses berbicara mereka.

Mendengarkan aktif juga mencakup kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan serta perspektif pembicara, yang dikenal sebagai empati. Terlebih lagi, pemahaman tanpa syarat mencerminkan kesediaan untuk menerima apa yang pembicara katakan tanpa menghakimi atau mengkritik. Dengan demikian, mendengarkan aktif dalam pandangan Rogers adalah landasan yang kuat untuk membangun hubungan empatik dan penerimaan dalam konteks terapi serta komunikasi interpersonal.

4.2.2 Mengatasi Konflik Komunikasi

Konflik komunikasi adalah bentuk ketegangan atau gesekan verbal atau nonverbal yang terjadi antara individu atau kelompok akibat perbedaan pendapat, kepentingan, nilai, atau persepsi dalam suatu interaksi komunikasi. Ini bisa meliputi ketidaksepakatan dalam penafsiran pesan, kesalahan komunikasi, atau perasaan tertentu yang muncul selama berkomunikasi. Konflik komunikasi dapat memengaruhi kualitas hubungan antara pihak yang terlibat jika tidak diatasi dengan baik. Definisi ini mencerminkan kompleksitas fenomena konflik dalam konteks komunikasi manusia (Wilmot & Hocker, 2013).

Konflik dalam komunikasi timbul ketika terdapat perbedaan pendapat, pengetahuan, atau faktor lainnya yang menciptakan gesekan antara individu atau pihak yang terlibat. Untuk mengatasi konflik tersebut, beberapa strategi efektif dapat

diterapkan, seperti: berfokus pada substansi masalah daripada melibatkan unsur pribadi, menjalankan komunikasi secara terbuka dan jujur, mengembangkan pendekatan yang sesuai untuk setiap masalah secara spesifik, memastikan bahwa semua pihak terlibat memiliki kesadaran akan adanya konflik yang perlu diselesaikan, mendengarkan dengan empati dan memahami sudut pandang orang lain, menemukan solusi yang adil dan menguntungkan semua pihak, serta menjaga kualitas komunikasi yang tidak berubah setelah konflik diselesaikan.

Komunikasi yang buruk sering menjadi sumber kesalahan dan pemicu konflik, maka keterampilan komunikasi yang baik memiliki peran yang sangat penting dalam menyelesaikan konflik. Berikut adalah beberapa teknik komunikasi yang dapat membantu mengatasi konflik, berdasarkan hasil pencarian:

1. Metode dialektik: Teknik komunikasi dalam mengatasi konflik yang pertama adalah dengan metode dialektik.
2. Berintegrasi: Teknik berintegrasi merupakan teknik yang digunakan untuk mengatasi konflik dengan cara mencari solusi yang menguntungkan semua pihak.
3. Komunikasi terbuka dan jujur: Berkomunikasi secara terbuka dan jujur dapat membantu mengatasi konflik.
4. Mendengarkan dengan baik dan memahami perspektif orang lain: Mendengarkan dengan baik dan memahami perspektif orang lain dapat membantu menyelesaikan konflik dengan cara yang adil dan menguntungkan semua pihak.
5. Menyelesaikan masalah dengan cara yang adil dan menguntungkan semua pihak: Menyelesaikan masalah dengan cara yang adil dan menguntungkan semua pihak dapat membantu mengatasi konflik.
6. Berkomunikasi seperti semula tanpa adanya perubahan setelah konflik terjadi: Berkomunikasi seperti semula tanpa adanya perubahan setelah konflik terjadi dapat

membantu memperbaiki hubungan dan mencegah terjadinya konflik di masa depan.

Dalam mengatasi konflik, komunikasi yang efektif sangat penting. Komunikasi yang baik dapat membantu menghindari konflik dan juga membantu menyelesaikan konflik yang muncul. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik dan efektif agar dapat mengatasi konflik dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan.

4.2.3 Memberi dan Menerima Umpan Balik

Memberi dan menerima umpan balik adalah proses komunikasi yang dilakukan untuk merespons pesan yang disampaikan oleh orang lain[3]. Umpan balik memiliki tujuan utama untuk meningkatkan performa individu, menyelaraskan harapan, memperbaiki situasi, dan membantu mengatasi konflik. Dalam konteks ini, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan saat terlibat dalam proses memberi dan menerima umpan balik. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memberi dan menerima umpan balik adalah;

1. Memberi umpan balik yang jujur dan konstruktif
2. Menerima umpan balik dengan terbuka dan tidak defensif
3. Fokus pada perilaku atau tindakan, bukan pada pribadi
4. Berikan umpan balik secara spesifik dan terukur
5. Berikan umpan balik secara langsung dan tidak menunggu terlalu lama.
6. Berikan umpan balik secara positif dan negatif.

Dalam memberi dan menerima umpan balik, penting untuk mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik dan efektif agar dapat memberikan umpan balik dengan tepat dan menerima umpan balik dengan terbuka. Hal ini dapat membantu

meningkatkan kinerja, memperbaiki hubungan, dan mengatasi konflik dengan baik.

4.3 Kesimpulan

Praktik simulasi komunikasi interpersonal yang efektif sangat penting dalam mengembangkan keterampilan komunikasi. Praktik simulasi komunikasi interpersonal komunikasi, berlatih dalam berbagai peran, dan menggunakan umpan balik konstruktif dari pasangan latihan atau pengawas. Selain itu, penting untuk mengembangkan kemampuan mendengarkan dengan fokus penuh pada pembicara, merasakan empati, dan menunjukkan keprihatinan terhadap perasaan serta pandangan orang lain.

Praktik simulasi juga bisa menjadi wadah untuk melatih resolusi konflik, yang penting dalam mengatasi masalah interpersonal. Pemanfaatan teknologi dalam simulasi, seperti video call atau perangkat lunak khusus, dapat memperkaya pengalaman pelatihan. Setelah simulasi, refleksi dan evaluasi diri sangat penting untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan perkembangan berkelanjutan. Dengan berlatih secara berkesinambungan, individu dapat memperoleh keterampilan komunikasi yang kuat dan meningkatkan kemampuan dalam membangun hubungan yang sehat dan produktif dalam berbagai aspek kehidupan

DAFTAR PUSTAKA

- Adles, R.B, Rosenfeld. L.B. & Procor, R.F. 2019. Looking Out, Looking in Cengage Learning.
- Abbassi, A, dan Singh, R. N. 2006. "Assertiveness in Marital Relationships Among Asian Indians in the United States." *Journal of the Family*. 14, (4), 392-399.
- Bland, Michael. 2002. *Communicating Out of A Crisis*. London: Macmillan Business.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group.
- Wilmot, W. W., & Hocker, J. L. 2013. *Interpersonal Conflict*. McGraw-Hill Education.
- Suprpto, Tommy, 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta : PT. Buku Seru.

BAB 5

MODEL, MEDIA, BENTUK, FUNGSI DAN TUJUAN KOMUNIKASI

Oleh Bertaria Sohnata Hutaauruk

5.1 Pendahuluan

Pada dasarnya manusia secara alamiah merupakan makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari berinteraksi kepada manusia yang lain melalui komunikasi. Hal ini sangat penting sebagai alat untuk berinteraksi dalam menyampaikan informasi ataupun tujuan yang lainnya. Ada banyak tujuan dari komunikasi karena merupakan kebutuhan dasar manusia itu sendiri sebagai makhluk sosial seperti contoh kehidupan rutin sehari-hari, di tempat pekerjaan, organisasi atau pun kebutuhan bisnis. Pengertian komunikasi adalah media untuk menyampaikan gagasan, ide, informasi kepada orang lain untuk meraih tujuan. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu "communicare" yaitu menyampaikan. Ini artinya komunikasi bermakna suatu proses menyampaikan makna atau tujuan kelompok melalui tanda, simbol ataupun semiotika yang dapat dipahami secara bersama. Beberapa pendapat para ahli tentang komunikasi digambarkan secara bervariasi namun memiliki tujuan yang sama. Definisi komunikasi adalah media untuk mendapatkan jawaban dari suatu pertanyaan yaitu apa, siapa dan bagaimana (Laswell,1948). Dalam hal ini ada dua pihak yang terlibat dalam komunikasi yaitu penyampai pesan dan penerima pesan. Kemudian media komunikasi yang digunakan adalah panca indra seperti mata dan telinga yang dimiliki oleh setiap manusia.

Berdasarkan National Education Association, komunikasi adalah sebuah media sarana yaitu bentuk cetak, audio dan visual.

Model, media, bentuk, fungsi dan tujuan komunikasi memiliki karakteristik dan implementasi tersendiri berdasarkan tujuan dari informasi yang dicapai. Pengertian komunikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah proses untuk menyampaikan dan menerima pesan. Itu artinya komunikasi merupakan proses untuk menyampaikan stimulus (kata-kata) guna membentuk perilaku khalayak.

5.2 Model Komunikasi

Adapun model komunikasi mengandung beberapa unsur proses, penggunaan dan tujuan komunikasi. Menurut pendapat ahli ada beberapa model komunikasi seperti:

1. **Model komunikasi Laswell:** Model komunikasi yang terjadi berdasarkan unsur-unsur berikut; siapa (*who*) yaitu orang yang menyampaikan pesan dalam komunikasi, apa (*what*) yaitu pesan atau informasi apa yang disampaikan kepada pendengar, dimana (*where*) yaitu situasi konteks menyampaikan pesan dari komunikator kepada orang yang menerima pesan, Kapan (*when*) adalah waktu dan situasi menyampaikan isi pesan kepada penerima informasi tersebut, kepada siapa (*to whom*) yaitu tujuan dari pesan/informasi untuk siapa disampaikan dan bagaimana (*how*) yaitu efek dan hasil pesan komunikasi yang sudah disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan. Laswell juga menjelaskan ada tiga fungsi komunikasi yakni pengawasan untuk mengarahkan anggota masyarakat dalam lingkungan, bagaimana merespon lingkungan dan transmisi sosial. Berikut adalah gambar model komunikasi Lasswell:

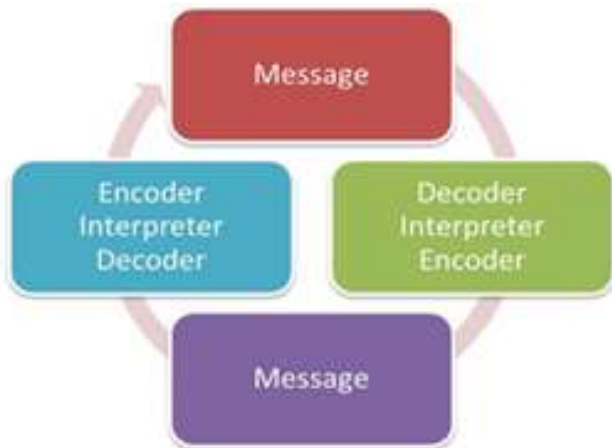


Gambar 5.1. Model Komunikasi Lasswell

Dari gambar 5.1 dapat dijelaskan bahwa ciri khas dari karakteristik model komunikasi Laswell adalah linear dan satu arah karena penyampai pesan saja yang aktif menyampaikan pesan sedangkan komunikan bertugas menerima pesan (Hendrayadi dkk, 2021). Hal ini juga dijelaskan oleh pendapat ahli bahwa model komunikasi Lawell memiliki karakteristik (1) komunikasi satu arah dan bersifat linier, (2) tidak ada umpan balik antara komunikator dan komunikan sebagai feedback, (3) bersifat umum dan mengandung komunikasi yang bersifat tradisional, (4) model komunikasi Laswell yang fokus pada keluaran, dan (5) digunakan sebagai media persuasi. Adapun contoh dari model komunikasi Lasswell digunakan pada konteks media massa, acara TV program, koran, majalah yang bersifat hanya pada satu arah.

2. **Model komunikasi Schramme:** model komunikasi yang mengandung tiga unsur yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), dan sasaran (*destination*). Proses penyampaian pesan dalam model ini dikenal istilah penyandian (*encoding*) dan penyandian ulang (*decoding*) yang artinya pesan dari pengirim disampaikan dalam bentuk simbol-simbol seperti bahasa, tulisan, gerak, tubuh dan bahasa nonverbal. Kemudian penyandian ulang digambarkan

untuk menjelaskan kode atau simbol oleh penerima pesan tersebut. Berikut adalah gambar model komunikasi Schramme



Gambar 5.2. Model komunikasi Schramme

Pada gambar diatas menggambarkan bahwa pengirim pesan bertugas menyampaikan informasi dan pesan kepada penerima pesan seperti contoh guru kepada siswa, dosen kepada mahasiswa dan instruktur kepada peserta. Kemudian istilah penyandian atau decoding merupakan proses yang terjadi berupa pengemasan informasi dalam bentuk simbol, suara, gerakan tubuh kepada orang yang akan menerima pesan tersebut seperti halnya didalam kelas guru menyampaikan informasi materi pembelajaran dalam bentuk tulisan , ucapan dan gerakan tubuh. Pada tahap berikutnya ada media sebagai sarana untuk menyampaiakn pesar dari komunikator ke penerima pesan sebaga contoh media komunikasi adalah alat paca indra manusia berupa pendengaran, penglihatan, penciuman, raba dan rasa. Implementasi ini terlihat dalam kiriman tulisan melalui surat, papan tulis, buku, fax. Sedangkan suara berupa pengeras suara,

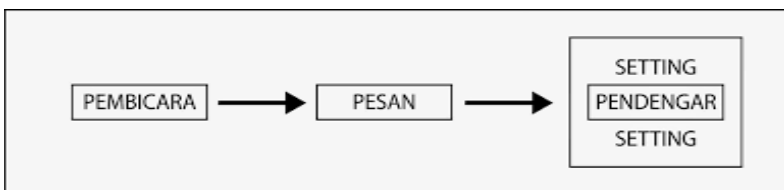
Tape recorder, cassette, VCD player, radio yang disampaikan secara langsung. Penyandian atau recording adalah sebagai hasil dari penyampaian pesan seperti pemahan siswa terhadap penjelasan materi yang disampaikan oleh guru didalam kelas. Tahap berikutnya adalah penerima pesan sebagai sasaran model komunikasi seperti guru atau dosen yang menyampaikan materi akan diterima oleh siswa ataupun mahasiswa sebagai fungsi komunikasi. Maka dari sini akan ada feed bac atau umpan balik sebagai efek dari penyampaian informasi atau pesan kepada orang yang menerima pesan tersebut seperti guru yang menjelaskan materi akan dipahami oleh siswa dalam kelas.

3. **Model S—R (Stimulus—Respon):** Model komunikasi yang paling dasar dan merupakan model behavioristik dengan menunjukkan komunikasi adalah verbal, nonverbal, gambar. Pada proses ini ada timbal balik sebagai wujud perilaku komunikasi seperti contoh seorang ibu yang memandang anak laki laki umur 7 tahun karena main HP dengan volume suara yang kuat pada acara ibdah keluarga. Anak laki laki tersebut secara langsung tunduk dan menurunkan volume suara HP yang ia pegang. Ini bermakna bahwa si anak tersebut malu dan patuh pada ibunya dengan memberikan syarat gerakan tubuh menundukkan kepala karena malu ditegur ibu dengan hanya memandang tajam kepada anaknya. Berikut adalah gambar dari model komunikasi Stimulus—respon.



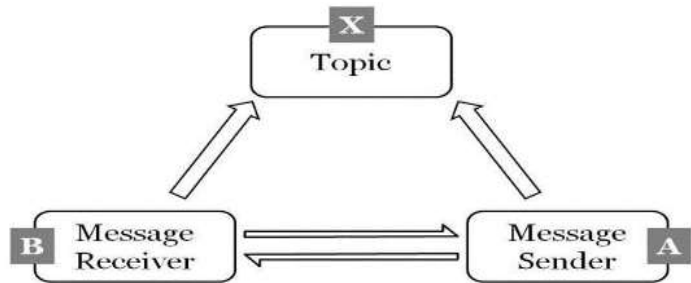
Gambar 5.3. model komunikasi stimulus—respon

4. Model Aristoteles: model komunikasi persuasif yang dikenal dengan model retorika (*rhetorical model*) dimana meliputi tiga unsur seperti pembicara, (*speaker*), pesan (*message*) dan pendengar (*listener*). Adapun implementasi dari model ini adalah pidato yang mengandung makna persuasif dihalayak ramai. Berikut adalah model komunikasi Aristoteles



Gambar 5.4. model komunikasi Aristoteles

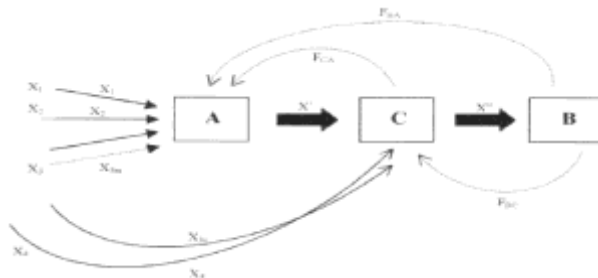
5. **Model Newcomb:** Model komunikasi yang dikenal dengan istilah model ABX atau model simetri seperti contoh A menyampaikan informasi kepada B mengenai X. Ini merupakan bahwa A terhadap B dan X saling bergantung dan memiliki orientasi masing-masing. Model ini dapat digambarkan pada gambar 5.5.



The Newcomb's Model

Gambar 5.5. Model komunikasi

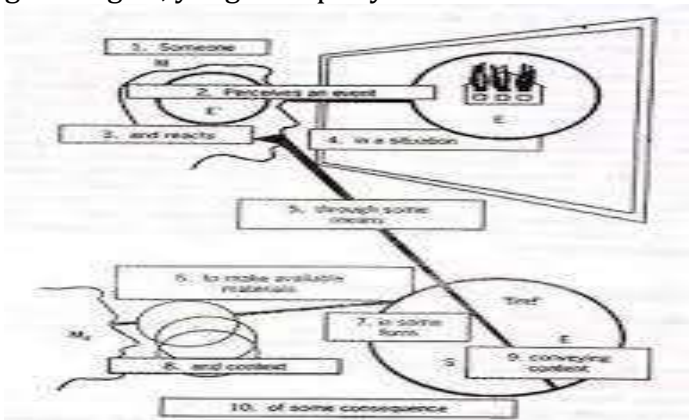
6. **Model Westley dan Maclean:** Model komunikasi yang meliputi pribadi dan massa yang dipengaruhi oleh model newcomb. Pada model ini terdapat unsur objek orientasi, pesan, sumber, penerima, dan umpan balik. Berikut gambar dari model komunikasi Westley dan Maclean pada gambar 5.6.



Gambar 5.6. Model Westley dan Maclean

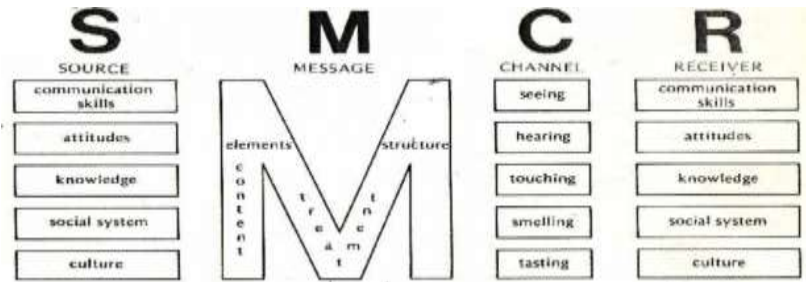
7. **Model Garbner :** model komunikasi yang dikembangkan dari Model Lasswell dimana terdiri dari model verbal dan model digramatik. Adapun model komunikasi Garbner ini meliputi seseorang (sumber, komunikator), mempersepsi suatu kejadian, bereaksi, dalam suatu situasi, melalui suatu

alat, untuk menyediakan materi dalam bentuk, yang mengandung isi, yang mempunyai konsekuensi.



Gambar 5.7. Model komunikasi Garbner.

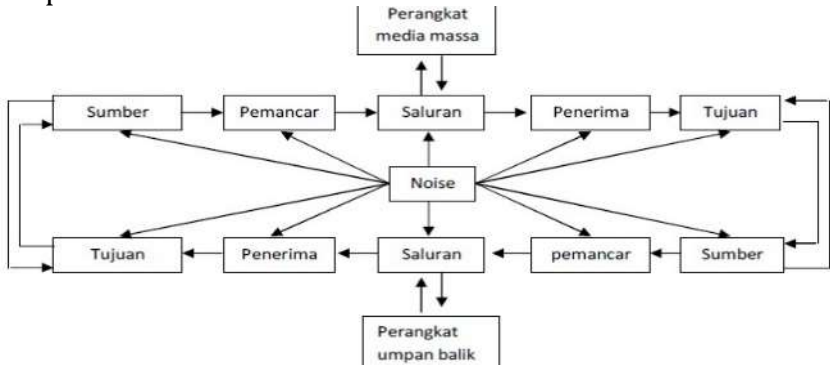
8. **Model Berlo :** Model komunikasi yang mencakup proses dengan istilah SMRC (*Source, Message, Channel, dan Receiver*) dan proses (*feedback, efek dan lingkungan*).



Gambar 5.8. Model komunikasi Berlo

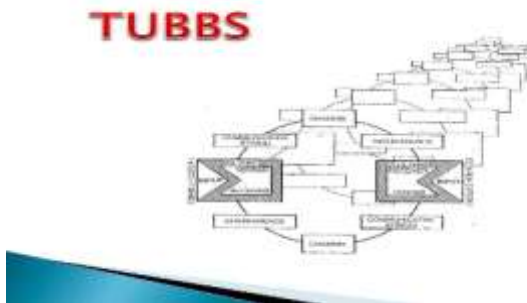
9. **Model DeFleur :** model komunikasi yang dikenal dengan teori Melvin L. DeFleur yang mencakup unsur media massa dan umpan balik, dalam hal ini sumber, pemancar,

penerima dan sasaran adalah bagian yang terpisah dari proses komunikasi tersebut.



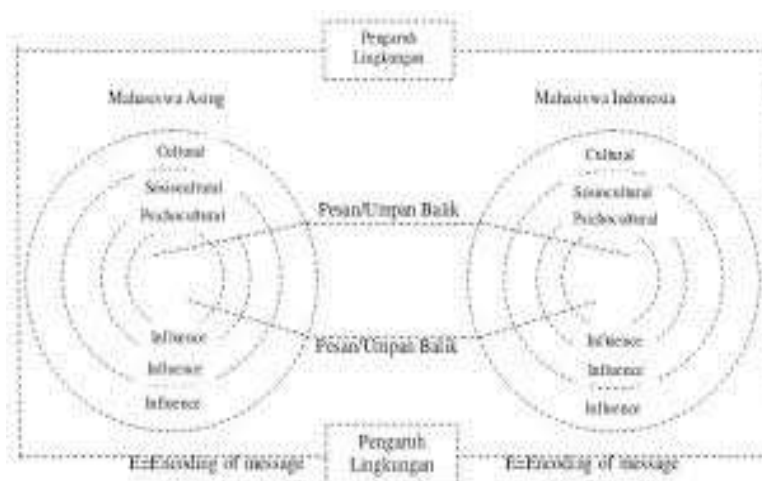
Gambar 5.9. Model komunikasi DeFleur

10.Model Tubbs : model komunikasi transaksi yang terdiri dari dua peserta dan bersifat timbal balik atau saling berkaitan satu sama lain.



Gambar 5.10. Model komunikasi Tubbs

11.Model Gudykunts dan Kin : model komunikasi yang terjadi antar budaya biasanya antar negara yang berbeda dan komunikasi ini tatap muka secara spesifik hanya dilakukan antara dua orang.



Gambar 5.11. Model komunikasi Gudykunts dan Kin

12. Model Interaksional : Model komunikasi yang membuat manusia lebih aktif dan menggunakan interaksi simbol

5.3 Media komunikasi

Media merupakan alat untuk komunikasi yang bermanfaat memindahkan informasi atau pesan dari penyampai pesan ke penerima pesan. Adapun media komunikasi dapat dibagi kedalam dua bagian yaitu berdasarkan cara penyebarannya dan media komunikasi fisik. Berdasarkan cara penyebarannya seperti: (1) media komunikasi audio/suara dimana manusia yang menerima pesan menggunakan telinga. Informasi atau pesan disampaikan melalui media suara atau verbal yang melancarkan frekuensi seperti contoh VCD, radio atau yang lainnya. (2) media komunikasi audio visual yaitu menggunakan bentuk video atau gambar yang dibuat menjadi satu bagian, hal ini digunakan agar lebih muda menyampaikan pesan seperti contoh iklan promosi di TV, Hand phone pintar, Youtube, Tiktok, Instagram dan lain sebagainya. (3) Media komunikasi cetak adalah media yang berbentuk tulisan

seperti brosur, majalah, buku dan buletin lainnya. Saatn ini media cetak sudah tidak pupoler lagi. Yang kedua adalah berdasarkan media komunikasi kehadiran fisik. Ini ada karena bersifat pribadi kondisi tatap muka. Dengan keadaan ini, maka si penerima pesan mengetahui keadaan pemberi pesan seperti dari suara, mimik, ekspresi wajah yang menjadi komunikator. Ada beberapa contoh yang menjadi media komunikasi berdasarkan kehadiran fisik seperti (1) media komunikasi siaran (TV, pengeras suara, radio). Ini digunakan untuk memberikan iklan dan promosi kepada penerima pesan, (2) media komunikasi seluler seperti WA, Line, Skype, telepon atau chat lainnya dari messenger. Tujuan dari media komunikasi ini adalah untuk menyampaikan pesan dari pemberi pesan atau informasi kepada penerima pesan. Pada masa Covid 19, media ini sangat berperan penting karena tidak boleh tatap muka kepada sesama penghantar pesan dan penerima pesan. (3) media komunikasi elektronik yaitu internte, email, media sosial. (4) media komunikasi tertulis yaitu media cetat berupa tulisan sperti contoh pengumuman kepada karyawan. Media komunikasi cetak ini sudah sangat jarang digunakan karena pesatnta perkembangan teknologi.

5.4 Bentuk Komunikasi

Bentuk komunikasi terdiri dari lima bagian yaitu (1) bentuk komunikasi antarpribadi / *interpersonal communication*, (2) komunikasi kelompok kecil, (3) komunikasi organisasi, (4) komunikasi massa, dan (5) komunikasi publik. (Cangara, 1998). Komunikasi pribadi diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan secar langsung. Sedangkan komunikasi antarpribadi yang terjadi lebih dari dua orang. Komunikator langsung mengambil peran dalam komunikasi. Komunikasi kelompok adalah terjadi karena tatap muka untuk memperoleh tujuan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini ada empat hal penting dalam

komunikasi ini yaitu tatap muka, komunikan yang terlibat dalam komunikasi, tujuan dan menyampaikan pesan dan maksud pesan yang diberikan. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang disampaikan melalui radio, surat kabar, TV dan film di bioskop.

Bentuk komunikasi intrapersonal adalah yang dilakukan oleh diri sendiri untuk menerima pesan/informasi, menyimpan sampai menghasilkan seperti contoh berdoa, beribadah, bersyukur dan berimajinasi. Sedangkan komunikasi interpersonal ada karena beberapa kriteria melibatkan perilaku verbal dan nonverbal, adanya umpan balik pribadi, terjadi hubungan yang berkesinambungan dan bersifat persuasif. Bentuk komunikasi kelompok dilakukan lebih dari dua atau tiga orang untuk memperoleh pesan seperti contoh kelompok kuliah, rapat, briefing, seminar. Dalam hal ini setiap peserta memiliki peran masing masing untuk mendapatkan informasi dari komunikatornya. Untuk komunikasi organisasi berbentuk formal dan nonformal dalam sebuah organisasi. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media antara pemberi pesan dan penerima pesan pada jumlah yang banyak. Adapun karakteristik komunikasi massa adalah: diadakan dalam lembaga media massa, tidak ada indikasi pribadi antara komunikator dan komunikan, media massa, secara umum medianya digunakan khalayak ramai, penerima pesan adalah massa /heterogen, penyebaran pesan yang bersamaan, adanya umpan balik.

5.5 Fungsi Komunikasi

Komunikasi adalah bagian dari diri yang digunakan oleh manusia sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada orang lain. Tentu saja ini memiliki banyak fungsi untuk mencapai tujuan tertentu (Wok et al, 2000). Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari diri setiap manusia itu sendiri karena memang berperan penting dalam kehidupan sosial. Manusia tidak

dapat hidup sendiri dan saling ketergantungan antara yang satu dengan yang lain. Dalam hal ini interaksi terhadap sesama dalam komunikasi memiliki fungsi kehidupan bersama. Fungsi komunikasi adalah untuk menyampaikan dan menerima informasi pesan antara komunikator dan komunikan. Ada tiga dasar fungsi komunikasi yaitu (1) fungsi utama, (2) fungsi universal, dan (3) fungsi dasar (Mulyana, 2008). Berdasarkan fungsi universal komunikasi adalah untuk memenuhi kebutuhan fisik: manusia pasti hidup berinteraksi dan hidup dengan saling ketergantungan kepada orang lain melalui komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Fungsi komunikasi adalah memenuhi identitas, fungsi memenuhi kebutuhan sosial, fungsi memenuhi kebutuhan praktis. Dengan komunikasi dapat menyembuhkan manusia dari kesedihan. Fungsi komunikasi untuk memenuhi kebutuhan sosial mencakup dari lingkungan yaitu mengisi waktu luang, disayang, ingin terlibat, menyelesaikan masalah, rileks dan mengontrol diri. Adapun umpan balik adalah hasil reaksi dari orang yang memandang kita dalam komunikasi. Disisi lain fungsi utama komunikasi ini adalah memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sosial masyarakat. Manusia yang tidak memiliki interaksi kepada orang lain pasti merasa hampa dan sendirian. Jadi kinteraksi dilakukan hanya melalui komunikasi seperti berbicara kepada orang lain.

Berdasarkan fungsi dasar komunikasi ada fungsi pendidikan dan pengajaran, fungsi informasi, fungsi hiburan, fungsi diskusi, fungsi persuasi. Fungsi pendidikan dan pengajaran dimulai dari etika komunikasi di rumah, lingkungan tetangga dan sekolah seperti tata krama, etika, perilaku dan sopan santun cara berkomunikasi kepada orang lain. Ini merupakan fungsi komunikasi ilmu pendidikan dan pengajaran dari mulai hal yang paling sederhana. Kemudian tahap berikutnya adalah manusia mengembangkan potensi dirinya melalui media komunikasi tulisan, kelompok, organisasi dan media massa. Informasi dan

pesan yang diperoleh adalah untuk aktualisasi pada diri sendiri. Selain kedua fungsi diatas, fungsi hiburan juga dapat membantu seseorang untuk mengurangi beban pikiran dan titik jenuh dalam kehidupan. Hal ini merupakan hiburan melalui media komunikasi antara lain TV, radio bahkan permainan. Dengan adanya interaksi sosial kepada orang lain maka itu membuktikan fungsi hiburan yang sudah terpenuhi melalui etika komunikasi. Afungsi diskusi adalah komunikasi yang dapat menghibur dan menyalurkan ide, gagasan dan pendapat kepada orang lain. Selanjutnya adalah fungsi persuasif yang sangat penting dalam komunikasi sebagai penguatan dalam kehidupan masyarakat. Berdasarkan penjelasan diatas, maka fungsi komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi: dalam hal ini komunikasi adalah untuk menyampaikan pesan kepada seseorang tentang ide/gagasan kepada orang lain.
2. Mendidik: komunikasi berfungsi sebagai saluran sarana dan media untuk menyampaikan ide/pesan/gagasan kepada orang lain.
3. Menghibur: komunikasi menjadi sarana mendidik untuk menyampaikan ide dan gagasan untuk menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi: komunikasi memiliki fungsi untuk memberikan pengaruh antara komunikator dan komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

5.6 Tujuan Komunikasi

Ada beberapa tujuan dari komunikasi yaitu: (1) membantu manusia untuk dapat menyampaikan ide/gagasan kepada orang lain secara bebas namun dapat dipertanggungjawabkan, (2) menumbuhkan sikap saling menghargai dan menghormati antara individu yang satu dengan yang lain sebagai makhluk sosial yang selalu kebergantungan kepada orang lain. (3)melancarkan

komunikasi dengan orang lain. Hal ini berkaitan dengan memahami apa yang dikomunikasikan oleh orang lain sehingga informasi dapat diterima dengan baik, (4) melalui komunikasi dapat menciptakan saling menghargai dalam menyampaikan ide dan gagasan dalam kehidupan bermasyarakat.

Tujuan komunikasi yang lain adalah untuk komunikator dimengerti komunikan yang artinya memastikan terlebih dahulu apa pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini pesan yang disampaikan harus jelas agar tidak ada salah mengerti. Kemudian tujuan komunikasi adalah agar dapat mengenal orang lain melalui interaksi dan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hendrayady dkk. 2021. Pengantar Ilmu Komunikasi
Deddy Mulyana. 2008. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.
Bandung: Remaja Rosdakarya,
Liliweri Alo. 2001 Komunikasi Serba Ada Serba Makna., (Jakarta:
Kencana, cet.I.),
R. Mar' Ih Koesomowidjojo. 2021. Dasar-dasar Komunikasi
Saodah Wok, et.Al. 2000.Teori-Teori Komunikasi. (Kuala Lumpur:
Cergas (M) SDN. BHD,

BAB 6

KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Oleh Tania Dwika Putri

6.1 Pendahuluan

Komunikasi antar budaya telah menjadi fenomena yang semakin krusial di tengah perkembangan globalisasi dan interkoneksi antar bangsa. Semakin seringnya individu dan kelompok dengan latar belakang budaya yang beragam berinteraksi, menuntut pemahaman mendalam tentang pentingnya etika dalam komunikasi lintas budaya. Etika dalam komunikasi antar budaya menjadi fondasi penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis, meminimalkan konflik, dan meningkatkan efektivitas komunikasi di antara masyarakat multikultural.

Dalam konteks komunikasi antar budaya, etika berperan sebagai panduan ethical dan prinsip perilaku yang mengakomodasi perbedaan budaya dan nilai-nilai yang beragam. Etika komunikasi melibatkan penghargaan terhadap kesetaraan, saling menghormati, serta sikap terbuka dan sensitivitas terhadap perbedaan antarbudaya. Tanpa adanya dasar etika yang kuat, komunikasi lintas budaya berisiko menjadi sarana munculnya kesalahpahaman, stereotip, prasangka, dan konflik yang dapat merusak hubungan antarbangsa.

Pentingnya etika dalam komunikasi antar budaya juga menyinggung aspek bahasa dan komunikasi nonverbal. Bahasa adalah cermin identitas budaya suatu komunitas, dan penggunaannya yang tepat dan etis dapat memperkuat hubungan antarbudaya. Di sisi lain, komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata, memiliki peran krusial

dalam menyampaikan pesan lintas budaya yang benar dan dapat dipahami dengan baik.

Dalam tulisan ini, kita akan menjelajahi berbagai aspek etika dalam komunikasi antar budaya dan keterkaitannya dengan komunikasi efektif. Saya akan mengulas bagaimana etika komunikasi dapat mempengaruhi dinamika hubungan lintas budaya, mengatasi tantangan yang muncul, dan merangkul perbedaan budaya sebagai sumber kekayaan dalam berkomunikasi. Selain itu, berbagai studi kasus akan digunakan untuk memberikan gambaran nyata tentang bagaimana penerapan etika komunikasi dapat membawa hasil positif dalam hubungan antar budaya. Dengan demikian, tulisan ini diharapkan dapat memberikan panduan yang bermanfaat bagi para pembaca untuk mengenali peran etika dalam meningkatkan efektivitas komunikasi antar budaya. Semoga melalui pemahaman mendalam tentang etika komunikasi, kita dapat membangun jembatan harmoni dan kerjasama yang kokoh di antara berbagai komunitas budaya, menuju masyarakat *worldwide* yang inklusif dan saling menghargai.

6.2 Definisi Etika dalam Komunikasi Antar Budaya

Etika dalam komunikasi antar budaya merupakan landasan *ethical* dan pedoman perilaku yang mengatur interaksi komunikasi di antara individu atau kelompok yang berasal dari budaya yang berbeda. Etika komunikasi antar budaya membantu menghindari misinterpretasi, konflik, dan ketidaknyamanan yang dapat muncul akibat perbedaan norma, nilai, dan harapan budaya. Dalam konteks yang secara global yang semakin terhubung, pemahaman dan pengamalan etika dalam komunikasi antar budaya menjadi semakin penting.

6.2.1 Elemen Utama Etika dalam Komunikasi Antar Budaya

Etika dalam komunikasi antar budaya adalah fondasi yang penting dalam menjalin hubungan yang saling menghormati dan berkesinambungan antara individu atau kelompok yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Agar komunikasi antar budaya yang kita jalani dapat berhasil dan menghasilkan pemahaman yang mendalam, ada beberapa elemen utama yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. **Sensitivitas Budaya.**

Etika komunikasi antar budaya menuntut pemahaman yang mendalam terhadap budaya, norma, dan nilai dari pihak yang berkomunikasi. Ini melibatkan penghargaan terhadap perbedaan dalam bahasa, motion, sikap, dan pandangan dunia.

2. **Empati.**

Etika dalam komunikasi antar budaya membutuhkan kemampuan untuk memasuki perspektif pihak lain. Dengan memahami latar belakang budaya seseorang, individu dapat memahami bagaimana pesan mereka mungkin diterima dan diartikan.

3. **Penghindaran Stereotip.**

Penting untuk menghindari menggeneralisasi atau menggunakan stereotip yang merendahkan terkait dengan budaya tertentu. Setiap individu adalah unik dan tidak dapat diwakili oleh karakteristik budaya mereka semata.

4. **Kesadaran Diri.**

Individu perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang identitas budaya mereka sendiri serta pengaruhnya terhadap cara mereka berkomunikasi. Ini membantu dalam menghindari ketidakjajaran antara komunikasi lisan dan non-lisan.

5. **Adaptabilitas.**

Etika komunikasi antar budaya juga melibatkan kemampuan untuk beradaptasi dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda. Hal ini termasuk penggunaan bahasa yang lebih mudah dimengerti, penyesuaian gestur, dan pemilihan topik yang sesuai.

6. Respek dan Toleransi.

Pada dasarnya, etika dalam komunikasi antar budaya menekankan pada penghargaan terhadap semua budaya dengan sikap yang terbuka dan toleran. Ini menciptakan lingkungan yang mempromosikan dialog yang konstruktif.

7. Klarifikasi dan Verifikasi.

Dalam komunikasi antar budaya, penting untuk menghindari kesalahpahaman. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan mengklarifikasi pesan dan memverifikasi pemahaman. Bertanya lebih lanjut tentang apa yang dimaksud oleh pihak lain, serta menjelaskan maksud kita dengan lebih rinci, dapat membantu mengurangi risiko terjadinya kesalahan interpretasi.

Etika dalam komunikasi antar budaya membantu mengurangi hambatan komunikasi dan menciptakan jembatan antara budaya-budaya yang berbeda. Dengan mempraktikkan prinsip-prinsip etika ini, individu dan kelompok dapat membangun hubungan yang kuat, saling memahami, dan saling menghormati satu sama lain dalam lingkungan yang semakin terglobalisasi.

6.3 Peran Etika dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya menjadi semakin relevan dalam period globalisasi ini. Pertemuan antara individu dari berbagai latar belakang budaya menjadi hal yang umum dalam lingkungan kerja, pendidikan, dan kehidupan sehari-hari. Dalam situasi seperti

ini, pemahaman akan pentingnya etika dalam komunikasi lintas budaya menjadi kunci untuk mencapai komunikasi yang efektif dan saling menghargai. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran etika dalam meningkatkan komunikasi antar budaya dan memberikan panduan yang praktis bagi pembaca dalam menghadapi tantangan-tantangan yang ada.

Di tengah riuhnya gemuruh keberagaman budaya, komunikasi antar budaya menjadi panggung megah di mana setiap individu berpadu dalam tarian kehidupan yang menakjubkan. Di sini, bahasa menjadi alat penuh makna, gerak tubuh dan ekspresi menjadi simfoni tanpa kata, dan nilai-nilai budaya menjadi sinar bintang yang menerangi langit malam. Namun, di balik pemandangan indah itu, terdapat tantangan yang membutuhkan arahan bijak untuk merangkul perbedaan dan memperkuat hubungan yang harmonis. Inilah panggilan etika dalam komunikasi antar budaya.

Dalam masa globalisasi yang semakin mempercepat pertukaran informasi dan interaksi lintas batas, komunikasi antar budaya telah menjadi tidak hanya lazim, tetapi juga suatu keharusan dalam berbagai aspek kehidupan. Namun, di balik peluang yang dihadirkan oleh keragaman budaya ini, muncul pula tantangan-tantangan yang memerlukan pendekatan etis yang mendalam.

Etika dalam komunikasi antar budaya bukan sekadar konsep hampa makna, melainkan landasan ethical dan pedoman perilaku yang memiliki peran krusial dalam menjembatani jurang pemahaman dan menghindari konflik dalam pertukaran komunikasi lintas budaya. Perbedaan dalam budaya, norma, nilai, bahasa, dan pandangan dunia seringkali menjadi hambatan dalam komunikasi antar budaya. Ketika individu atau kelompok dari budaya yang berbeda berinteraksi, terdapat potensi besar untuk terjadinya kesalahpahaman dan konflik yang disebabkan oleh interpretasi yang salah atau asumsi yang keliru. Di sinilah

pentingnya peran etika dalam komunikasi antar budaya muncul. Etika ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan bagi perilaku komunikatif, tetapi juga sebagai jembatan untuk merespons perbedaan dengan pengertian dan kesalinghormatan.

6.4 Prinsip-prinsip Etika yang Relevan dalam Konteks Komunikasi Antar Budaya

Dapat kita jabarkan bahwa komunikasi antar budaya adalah proses komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok yang berasal dari budaya yang berbeda. Dalam konteks ini, penting untuk memahami prinsip-prinsip etika yang relevan agar komunikasi dapat berjalan dengan baik dan saling menghormati.

Prinsip-prinsip etika dalam komunikasi antar budaya menghormati perbedaan budaya; prinsip ini menekankan pentingnya menghormati dan menghargai perbedaan budaya dalam komunikasi. Hal ini meliputi pengakuan terhadap nilai-nilai, norma, dan kepercayaan yang berbeda antara budaya-budaya yang berinteraksi. Seperti dalam sensitivitas budaya, pada prinsip ini mengharuskan kita untuk menjadi sensitif terhadap budaya orang lain dalam komunikasi. Hal ini meliputi pemahaman tentang bahasa, simbol, gestur, dan norma-norma komunikasi yang berlaku dalam budaya tersebut.

Kemudian ada prinsip menghindari stereotip; prinsip ini mengingatkan kita untuk tidak membuat asumsi atau stereotip negatif terhadap budaya lain dalam komunikasi. Penting untuk menghargai keunikan dan kompleksitas setiap budaya.

Memiliki empati dan pengertian juga sebuah prinsip yang relevan dalam konteks komunikasi antar budaya. Dimana prinsip ini menekankan pentingnya memiliki empati dan pengertian terhadap orang lain dalam komunikasi. Hal ini melibatkan kemampuan untuk melihat dunia dari perspektif orang lain dan mencoba memahami latar belakang budaya mereka.

Prinsip selanjutnya dapat kita simpulkan untuk menghormati privasi dan batasan. Prinsip ini mengajarkan kita untuk menghormati privasi dan batasan individu dalam komunikasi. Penting untuk tidak melanggar norma-norma budaya terkait privasi dan batasan pribadi. Dilanjutkan pada prinsip menghindari diskriminasi dan prasangka yang dimana prinsip ini mengingatkan kita untuk tidak melakukan diskriminasi atau mempunyai prasangka terhadap individu atau kelompok berdasarkan budaya mereka. Karena komunikasi harus dilakukan dengan adil dan setara.

6.5 Bagaimana etika komunikasi dapat mempengaruhi interaksi antar budaya

Etika komunikasi dapat mempengaruhi interaksi antar budaya dengan beberapa cara:

1. Membangun Kepercayaan

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi antar budaya, seperti jujur pada diri sendiri dan menerapkan perilaku komunikasi yang suportif, kita dapat membangun kepercayaan dengan individu atau kelompok dari budaya lain. Kepercayaan adalah fondasi penting dalam interaksi yang saling menghormati dan memungkinkan kolaborasi yang efektif.

2. Menghindari Miskomunikasi

Etika komunikasi antar budaya melibatkan kepekaan terhadap keberagaman dan menghindari stereotip. Dengan memahami dan menghormati perbedaan budaya, kita dapat menghindari miskomunikasi yang dapat timbul akibat asumsi atau prasangka negatif terhadap budaya lain. Hal ini memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan mengurangi potensi konflik.

3. Menghormati Nilai dan Norma Budaya

Etika komunikasi antar budaya mengajarkan kita untuk menghormati nilai-nilai dan norma budaya orang lain. Dalam interaksi antar budaya, penting untuk memahami dan menghormati cara berpikir, perilaku, dan kepercayaan yang berbeda dari budaya lain. Dengan melakukan hal ini, kita dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan saling menghormati.

4. Meningkatkan Kesadaran Budaya

Etika komunikasi antar budaya juga melibatkan pengembangan kepekaan terhadap keberagaman budaya. Dengan meningkatkan kesadaran budaya, kita dapat memahami latar belakang budaya orang lain dan menghargai perspektif mereka. Hal ini memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan lebih efektif dan menghindari kesalahan atau tindakan yang tidak sensitif secara budaya.

5. Membangun Hubungan yang Berkelanjutan

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi antar budaya, kita dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dengan individu atau kelompok dari budaya lain. Hubungan yang baik didasarkan pada saling pengertian, penghormatan, dan kepercayaan. Etika komunikasi antar budaya membantu memperkuat hubungan ini dan menciptakan lingkungan yang harmonis.

Dalam keseluruhan, etika komunikasi antar budaya memainkan peran penting dalam mempengaruhi interaksi antar budaya. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika, kita dapat menciptakan komunikasi yang efektif, menghindari miskomunikasi, membangun kepercayaan, menghormati nilai dan norma budaya, meningkatkan kesadaran budaya, dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

6.6 Contoh kasus dan cara mengatasi perbedaan nilai budaya dalam komunikasi antar budaya

Indonesia adalah negara demokrasi yang memiliki keberagaman suku dan etnik. Berikut adalah beberapa contoh kasus di mana perbedaan nilai budaya mempengaruhi komunikasi antar budaya di Indonesia:

1. Komunikasi Hierarki dan Otoritas:

Di beberapa budaya Indonesia, seperti Jawa, adanya hierarki yang kuat dalam struktur sosial dapat mempengaruhi cara berkomunikasi. Dalam situasi komunikasi antara atasan dan bawahan, mungkin ada kecenderungan untuk menggunakan bahasa yang lebih sopan dan merendahkan diri. Namun, dalam budaya yang lebih egaliter, seperti beberapa kelompok masyarakat di Sumatera, komunikasi mungkin lebih santai dan casual.

2. Sikap Terhadap Waktu:

Konsep waktu yang berbeda dalam budaya dapat memengaruhi komunikasi. Beberapa budaya di Indonesia, seperti budaya Jawa, mungkin cenderung lebih fleksibel terkait waktu, sementara budaya dari luar Jawa bisa lebih menekankan pada ketepatan waktu. Perbedaan ini dapat memengaruhi ekspektasi mengenai keterlambatan atau ketepatan dalam pertemuan atau komunikasi.

3. Bentuk Ekspresi dan Bahasa Tubuh:

Bahasa tubuh dan ekspresi wajah juga memiliki makna budaya yang beragam. Misalnya, mata terpejam atau tatapan mata intens bisa diartikan dengan cara yang berbeda dalam budaya yang berbeda. Di beberapa budaya, senyuman mungkin menandakan persetujuan atau ketulusan, sedangkan di budaya lain, senyuman bisa juga digunakan untuk menyembunyikan ketidaksetujuan.

4. Pentingnya Keharmonisan:

Di banyak budaya di Indonesia, seperti Bali, keharmonisan dalam interaksi sosial dianggap sangat penting. Ini bisa memengaruhi komunikasi karena orang mungkin cenderung menghindari konflik terbuka atau mengungkapkan ketidaksetujuan secara langsung demi menjaga harmoni.

5. Komunikasi Tidak Langsung:

Beberapa budaya di Indonesia cenderung menggunakan komunikasi yang tidak langsung atau menggunakan metafora dalam percakapan. Ini bisa menyebabkan kesalahpahaman jika komunikator dari budaya lain mengartikannya secara harfiah.

6. Nilai Kelompok vs. Individualisme:

Nilai-nilai yang mementingkan kelompok atau gotong-royong dalam budaya Indonesia dapat memengaruhi cara komunikasi dilakukan. Keputusan atau pendapat mungkin diambil bersama-sama dan kesepakatan kelompok lebih diutamakan daripada kepentingan individu.

7. Tabu dan Norma-Norma Sosial:

Ada norma-norma sosial dan tabu yang berbeda dalam budaya di Indonesia. Misalnya, di beberapa daerah, mencela atau mengkritik seseorang secara terbuka bisa dianggap kurang sopan. Memahami batasan-batasan ini dalam komunikasi dapat membantu menghindari konflik atau rasa tidak nyaman.

8. Perbedaan Agama dan Keyakinan:

Perbedaan agama dan keyakinan juga dapat memengaruhi komunikasi. Misalnya, dalam komunikasi antara individu dari agama yang berbeda, perbedaan dalam keyakinan atau praktik keagamaan bisa menjadi sensitivitas.

9. Tata Cara Penyampaian Pesan:

Cara pesan disampaikan dalam budaya Indonesia juga bisa bervariasi. Misalnya, dalam beberapa budaya, pesan negatif

mungkin disampaikan dengan lebih halus atau secara tidak langsung untuk menghindari melukai perasaan.

Contoh kasus yang mungkin terjadi tentang konflik antar budaya suku Dayak dan suku Madura misalnya, konflik dapat muncul akibat perbedaan nilai, norma, dan pandangan dunia yang melekat pada kedua budaya tersebut. Dilatarbelakangi antara komunitas Dayak dan Madura. Komunitas Dayak memiliki budaya yang kental dengan nilai-nilai adat, keterikatan dengan alam, dan pentingnya harmoni dalam masyarakat. Sementara itu, komunitas Madura dikenal sebagai masyarakat yang lebih urban dan memiliki nilai-nilai keberanian, ketangguhan, serta keberhasilan ekonomi sebagai hal yang penting. Dua suku tersebut cukup bertolakbelakang terhadap budaya dan nilai-nilai adat.

Salah satu sumber konflik adalah pemanfaatan ruang publik. Masyarakat Madura sering memanfaatkan ruang publik untuk berdagang dan mengiklankan usahanya. Namun penggunaan tersebut bisa saja bertentangan dengan nilai-nilai adat masyarakat Dayak yang menghargai alam dan lingkungan. Konflik muncul ketika aktivitas komersial masyarakat Madura mengganggu lingkungan alam yang dianggap keramat oleh masyarakat Dayak. Namun bukan itu saja: Komunikasi dan cara berekspresi yang berbeda antar budaya juga dapat menimbulkan konflik. Masyarakat Dayak mungkin akan mengupayakan komunikasi yang lebih tidak langsung dan sopan untuk menghindari konfrontasi. Di sisi lain, masyarakat Madura bisa menyampaikan pendapatnya secara lebih terbuka dan lugas. Perbedaan tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman dan reaksi berbeda dalam situasi yang sama.

Kemudian perbedaan pendapat tentang perbedaan nilai dan tradisi juga dapat menimbulkan konflik. Misalnya pada upacara keagamaan Dayak yang diadakan di luar ruangan, masyarakat Madura mungkin merasa tidak nyaman dengan adat

istiadat yang mereka anggap asing. Sebaliknya pada perayaan budaya Madura, masyarakat Dayak mungkin merasa kurang dipahami dan dihargai karena tidak diakuinya tradisi mereka. Ada pula tindakan provokatif dan stereotipe, dimana tindakan provokatif dan penggunaan stereotipe dapat memperparah konflik. Misalnya, menyebarkan cerita palsu atau stereotip negatif terhadap suatu budaya dapat menciptakan ketegangan dan memperkuat persepsi negatif. Hal ini dapat merusak hubungan antar budaya dan memperdalam kesenjangan pemahaman.

Pada akhirnya, perbedaannya terletak pada penyelesaian konflik dan membangun pemahaman. Menyelesaikan konflik antarbudaya memerlukan pendekatan yang sensitif dan integratif. Membuka dialog antara perwakilan kedua komunitas dapat membantu meredakan ketegangan. Pendidikan, kerjasama lintas budaya dan upaya bersama untuk memahami dan menghormati budaya masing-masing merupakan langkah penting untuk mengatasi konflik dan membangun pemahaman yang lebih mendalam antara masyarakat Dayak dan Madura.

Perbedaan suku-suku tersebut mengakibatkan individu-individu tersebut saling mengenal dan mungkin memperoleh hal-hal baru baik dari segi bahasa maupun ciri-cirinya. Namun perbedaan budaya dan nilai dapat mempengaruhi komunikasi antara orang Sunda dan Jawa. Jika pertukaran pelajar dapat membantu meningkatkan pemahaman dan toleransi antar budaya. Namun perbedaan budaya dan nilai dapat mempengaruhi interaksi antar pelajar pertukaran. Dalam semua kasus ini, perbedaan nilai budaya mempengaruhi komunikasi antar budaya dan dapat menimbulkan konflik atau kesalahpahaman. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan menghormati perbedaan budaya dan nilai-nilai dalam komunikasi antarbudaya. Dengan menghormati perbedaan, bersikap terbuka dan berempati, serta menggunakan bahasa yang pantas dan sensitif, kita dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan individu

atau kelompok dari budaya lain dan menciptakan lingkungan yang inklusif dan saling menghormati. Ada beberapa cara untuk mengatasi perbedaan nilai budaya dalam komunikasi antarbudaya, yaitu dengan meningkatkan kesadaran budaya.

Meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap nilai, norma dan kepercayaan budaya lain. Ini akan membantu menghindari kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih baik. Untuk menghormati dan menghargai perbedaan, penting untuk menghormati dan menghargai perbedaan budaya. Jangan menilai atau menganggap nilai budaya orang lain inferior atau salah. Menghormati keberagaman menciptakan lingkungan yang inklusif dan saling menghormati. Kemudian ciptakan komunikasi yang terbuka dan jujur dengan orang-orang dari budaya lain. Menyampaikan pendapat dan ide dengan hati-hati dan hormat. Jika ada perbedaan pendapat, bicarakan secara terbuka dan cari titik temu.

Kita juga harus mendengarkan dengan empati, mendengarkan dengan empati, dan berusaha memahami sudut pandang orang lain. Jangan berasumsi bahwa pandangan dunia atau nilai-nilai budaya Anda yang lebih baik dan benar. Bersikaplah terbuka untuk mempelajari dan memahami sudut pandang orang lain. Untuk mengatasi perbedaan nilai budaya dalam komunikasi antar budaya, seseorang juga dapat mencoba mempelajari bahasa dan komunikasi non-verbal. Cobalah mempelajari bahasa dan komunikasi non-verbal yang digunakan dalam budaya yang lain. Hal ini membantu memperkuat komunikasi dan menghindari kesalahpahaman karena perbedaan

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, L. A., & Guerrero, L. K. (Eds.). 2019. Handbook of Communication and Cross-Cultural Psychology. Routledge.
- Collier, M. J., & Thomas, M. S. (Eds.). 2019. Cultural Competency for the Health Professional. Jones & Bartlett Learning.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. 2017. Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication. McGraw-Hill Education.
- Lustig, M. W., & Koester, J. 2019. Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures. Pearson.
- Ting-Toomey, S., & Oetzel, J. G. 2017. Managing Intercultural Conflict Effectively. Routledge.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. 2019. Communication Between Cultures. Cengage Learning.
- Spitzberg, B. H., & Changnon, G. (Eds.). 2019. Communicating Competence in Intercultural and International Interactions. Routledge.

BAB 7

KOMUNIKASI DALAM BAHASA INGGRIS

Oleh Teti Sumarni

7.1 Pendahuluan

Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Sejak awal sejarah manusia, kita telah mengembangkan banyak cara untuk berkomunikasi satu sama lain, dimulai dengan bahasa lisan dan berkembang melalui teks tertulis dan, yang terbaru, teknologi komunikasi digital yang canggih. Memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat penting tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam berbagai aspek kehidupan, seperti bisnis, politik, pendidikan, dan hubungan antarpribadi.

Berkomunikasi di era globalisasi dan konektivitas digital saat ini lebih banyak melibatkan keterlibatan daripada sebelumnya, dengan efek yang luas di berbagai aspek kehidupan. Dalam komunikasi global, bahasa Inggris memainkan peran penting sebagai salah satu bahasa internasional yang paling banyak digunakan. Bahasa Inggris digunakan dalam berbagai konteks, termasuk bisnis internasional, akademis, dan diplomasi.

Pentingnya komunikasi berbahasa Inggris dalam konteks global modern akan dibahas dalam bab ini. Kami akan membahas bagaimana bahasa Inggris telah menjadi alat yang sangat diperlukan untuk komunikasi budaya, dan bagaimana dasar yang kuat dalam bahasa Inggris dapat memberi Anda keunggulan kompetitif di berbagai bidang. Selain itu, kita akan berbicara

tentang keuntungan belajar bahasa Inggris sebagai alat komunikasi, serta tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh era komunikasi digital yang berkembang pesat. Program ini dirancang untuk membantu siswa memahami mengapa sangat penting untuk dapat berkomunikasi secara efektif dalam bahasa Inggris dalam konteks global, dan bagaimana keterampilan tersebut dapat diterapkan untuk kesuksesan di dunia nyata bagi orang-orang dan bisnis di mana saja.

Komunikasi dalam bahasa Inggris diarahkan untuk mengajarkan dasar tata bahasa Inggris kepada pengguna bahasa kedua dan empat keterampilan bahasa: membaca, berbicara, menulis, dan mendengarkan untuk dapat berkomunikasi secara efektif dalam bahasa Inggris.

Sangatlah penting untuk memulai dengan catatan umum bahwa komunikasi adalah fenomena sosial. Komunikasi adalah instrumen interaksi sosial. Konsekuensinya, pembelajaran hampir tidak dapat berlangsung tanpa salah satu bentuk komunikasi atau lainnya. Disamping itu, komunikasi memuat tentang kemajuan dan kesatuan tujuan di setiap bidang yang dikomunikasikan.

Beberapa temuan penelitian telah menegaskan kembali fakta bahwa organisasi berfungsi secara efektif dengan komunikasi. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika visi membangun menara di Babel gagal total akibat putusnya komunikasi. Komunikasi tidak hanya berharga untuk manusia tetapi untuk semua makhluk hidup. Ini menyiratkan bahwa semua makhluk hidup memang pada dasarnya berkomunikasi. Namun demikian, hewan berkomunikasi sebagian besar melalui penggunaan bahasa tubuh dan isyarat non-verbal, sedangkan manusia berkomunikasi terutama melalui penggunaan bahasa. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi Anda untuk mengetahui apa arti komunikasi.

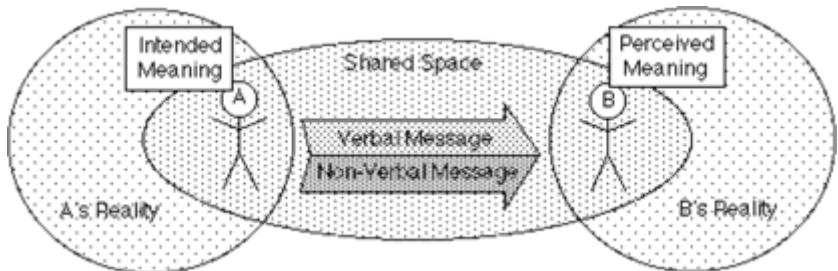
7.2 Pengertian Komunikasi

Apa itu Komunikasi? Komunikasi telah didefinisikan oleh para sarjana yang berbeda dari berbagai bidang pembelajaran. Namun, secara umum, dapat kita simpulkan beberapa dari beberapa definisi mengenai komunikasi yang sudah dikenal secara luas:

Pertama dan terpenting, kata 'komunikasi' berasal dari kata Latin *communis* yang berarti umum. Ini menyiratkan bahwa agar anda atau siapa pun menyampaikan atau menerima suatu informasi atau pesan dari orang lain, suatu upaya harus dilakukan untuk memastikan dasar pemahaman yang sama, sehingga komunikasi secara umum dapat kita sarikan sebagai berikut:

1. Pada dasarnya komunikasi adalah tindakan memberi dan menerima informasi yang dimengerti.
2. Komunikasi adalah transmisi informasi dan makna dari satu individu atau kelompok ke orang lain

Model Komunikasi



Proses Komunikasi

Dari definisi komunikasi di atas terlihat bahwa komunikasi merupakan proses dua arah. Ini melibatkan dua pihak; pengirim, pemberi atau penyandi dan penerima/pengurai pesan atau informasi. Proses komunikasi dikatakan tidak lengkap sampai ada FEEDBACK dari penerima, yang menegaskan penerimaan dan

pemahaman yang memadai tentang maksud dari ENCODER. Dari penjelasan di sini terlihat jelas bahwa komunikasi mempunyai unsur-unsur.

7.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi merupakan satuan-satuan penyusun yang diperlukan dalam proses komunikasi. Unsur-unsur tersebut terdiri dari elemen manusia dan proses. Unsur manusia itu mencakup:

1. Pembuat encode/pemberi informasi
2. Pengurai atau penerima informasi

Unsur Proses termasuk beberapa hal berikut:

1. Pesannya
2. Kegiatan pengkodean
3. Saluran
4. Umpan balik.

Bahasa Inggris di Perguruan Tinggi

Bahasa merupakan salah satu alat sosio-kultural dalam suatu masyarakat atau komunitas yang mengikat para anggotanya secara bersama-sama. Bahasa Inggris tidak terkecuali. Ini memiliki status yang sangat penting di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Pertama, ini adalah bahasa asing (L2) di Indonesia yang masuk ke dalam kurikulum pendidikan di Indonesia. Oleh karena itu, Bahasa Inggris juga masuk ke dalam salah satu mata kuliah prasyarat di berbagai universitas di Indonesia. Bahasa Inggris digunakan untuk menjalankan sejumlah fungsi di universitas. Beberapa fungsi ini disorot di bawah ini:

Peran Bahasa Inggris dalam Belajar di Universitas

1. Untuk menulis korespondensi
2. Untuk pemberitahuan tertulis
3. Untuk menyampaikan kuliah dan tutorial
4. Untuk membaca

5. Untuk menulis/berbicara
6. Untuk interaksi sosial.

7.4 Perkembangan Keterampilan Bahasa

Karena komunikasi merupakan proses dua arah, maka setiap pemakai bahasa memerlukan dua keterampilan komunikasi dasar yaitu keterampilan reseptif dan ekspresif. Kedua keterampilan ini adalah disebut juga keterampilan perkembangan karena merupakan keterampilan yang dapat ditingkatkan dengan keterampilan dan pelatihan yang memadai. Kedua keterampilan didefinisikan sebagai berikut:

Keterampilan Reseptif adalah keterampilan yang diperlukan untuk menerima pesan dari pembuat encode. Pada dasarnya ada dua keterampilan reseptif, yaitu Keterampilan Mendengarkan dan Keterampilan Membaca.

Keterampilan Ekspresif merupakan keterampilan dasar yang perlu dimiliki oleh seorang komunikator pesan ke penerima. Keterampilan ekspresif meliputi: berbicara dan menulis. Untuk selanjutnya kita akan membahas masing-masing keterampilan ini satu demi satu.

Keterampilan Mendengarkan

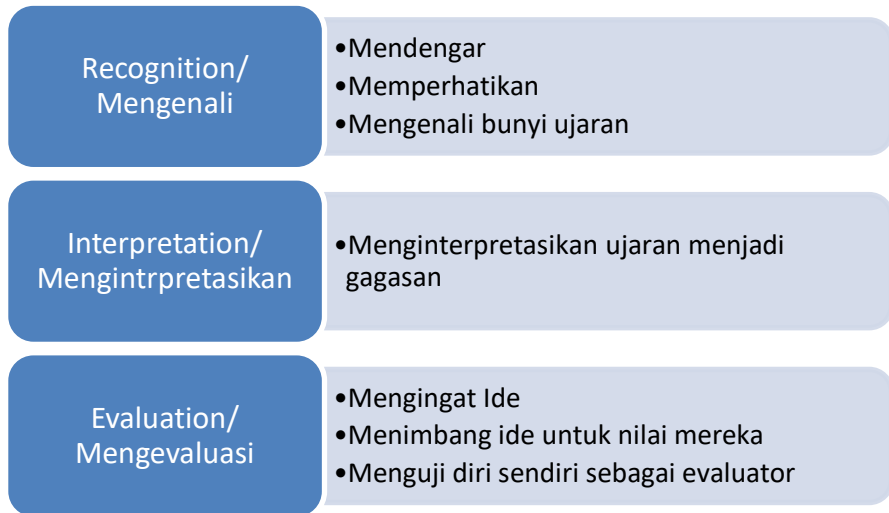
Menyimak diartikan sebagai pemanfaatan secara sadar indra pendengaran untuk tujuan memilih, menafsirkan, dan memperoleh informasi yang berguna. Beberapa informasi harus dipilih dari serangkaian suara yang dapat dirasakan dalam lingkungan tertentu.

7.5 Jenis Mendengarkan

Ada dua jenis mendengarkan, yaitu:

1. Mendengarkan Secara Aktif
2. Mendengarkan secara Pasif

Prose Mendengarkan



Jenis Pendengar Yang Tidak Produktif

Tipe pendengar berikut ini menunjukkan kebiasaan mendengarkan yang tidak produktif: -

1. Pendengar yang Malas
2. Ambil Giliran Pendengar: Kelompok ini mendengarkan sekadar untuk mendapat giliran berbicara.
3. Pendengar yang Cemas: Kelompok ini berkonsentrasi pada respons dan reaksi mereka. Mereka mulai mengevaluasi segera setelah pengakuan.
4. Pendengar yang Berpusat pada Diri Sendiri: Kelompok ini hanya mendengarkan pesan-pesan positif tentang diri mereka sendiri.
5. Pendengar Kompetitif: Kelompok ini hanya mendengarkan untuk menemukan titik lemah dalam pesannya.

Mereka beranggotakan sembilan orang untuk memulai argumen berdasarkan kelemahan yang mereka identifikasi dalam pesan tersebut.

Hambatan Dalam Mendengarkan

Ada hambatan dalam mendengarkan. Beberapa di antaranya disorot di bawah ini:

1. Kebisingan (kebisingan fisik, kebisingan psikologis dan sebagainya).
2. Kelelahan
3. Postur tubuh yang buruk
4. Kelaparan
5. Tuli/Penyakit
6. Kurang Konsentrasi
7. Kurangnya kerjasama dengan pembicara

7.6 Sifat Metode Kuliah

Metode ceramah adalah sarana formal untuk menyampaikan informasi formal dan akademis di lembaga pasca sekolah menengah dan tinggi. Dalam perkuliahan disajikan serangkaian pokok-pokok pokok disertai contoh dan ilustrasi. Cara penyusunan dan penyajian poin-poin penting ditentukan oleh sifat materi dan gaya dosen.

Gaya Presentasi Kuliah

1. Metode ceramah klasikal
2. Metode berpusat pada masalah
3. Metode ceramah berurutan
4. Metode ceramah komparatif

Metode Kuliah Klasik

Ini yang paling sederhana dan paling umum digunakan. Topik utama diperkenalkan terlebih dahulu, diikuti dengan daftar poin-poin yang akan dibahas. Setiap poin disajikan berdasarkan contoh/ilustrasi.

Metode Kuliah Komparatif

Ini adalah pola pikir perbandingan dan kontras. Fokusnya adalah menyajikan persamaan dan perbedaan ide dan konsep.

Tanggung Jawab Pendengar

Untuk memperoleh manfaat dari metode ceramah, pendengar (siswa) harus mendengarkan secara aktif. Berikut ini adalah langkah-langkah yang dapat membantu meningkatkan keterampilan mendengarkan yang dapat tumbuh atau berkembang seperti keterampilan lainnya melalui konsentrasi dan latihan terus-menerus.

1. Berikan perhatian penuh kepada pembicara. Jangan melamun atau berlatih pura-pura mendengarkan.
2. Memiliki kata yang berbobot: Siswa harus memiliki banyak kosakata
3. Ajukan pertanyaan yang tepat
4. Bersikap sopan
5. Waspada terhadap gangguan ponsel
6. Ambil catatan
7. Bersikaplah terbuka
8. Evaluasi apa yang Anda terima

7.7 Keterampilan Membaca

Sumber informasi akademis penting lainnya yang harus melengkapi mendengarkan perkuliahan adalah membaca teks. Oleh karena itu, keterampilan membaca sama pentingnya dengan keterampilan mendengarkan. Membaca adalah tindakan menguraikan pesan tertulis.

Jenis-Jenis Teks

Tidak ada klasifikasi tunggal untuk semua jenis teks tetapi daftar berikut ini terdiri dari gaya teks utama:

1. Naskah Akademik/Keilmuan
 - a. Teks yang ditentukan

- b. Teks tambahan
- c. Referensi teks
- 2. Teks informatif: Koran, Majalah
- 3. Teks ekspresif / Teks hiburan

Metode Membaca Dan Membaca Bertujuan

Membaca harus diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini dikenal dengan membaca yang bertujuan dan tujuan membaca akan menentukan metode membaca. Tujuan membaca dapat meliputi:

- 1. Mencari gambaran umum atau kesan umum dari suatu bagian
- 2. Mencari poin-poin penting melalui pembacaan selektif
- 3. Mencari detail melalui pembacaan yang disengaja dan hati-hati
- 4. Mendapatkan hiburan

Metode Membaca

Untuk setiap tujuan yang teridentifikasi di atas, metode/kecepatan membaca khusus harus diterapkan. Ini bisa menjadi salah satu dari berikut ini:

- 1. Skimming: Ini adalah mode membaca yang sangat cepat yang melibatkan survei atau pemindaian.
- 2. Cukup Cepat Membaca/Membaca Ringan: Ini digunakan terutama dalam membaca untuk hiburan tetapi juga dapat digunakan untuk merevisi teks ilmiah.
- 3. Kecepatan membaca rata-rata: Ini digunakan dalam pembelajaran sistematis di mana siswa tidak terburu-buru.
- 4. Kecepatan kontemplatif: Ini melibatkan pembacaan yang lambat dan hati-hati. Berguna untuk membaca teks akademik terutama ketika mereka bersentuhan dengan

mata pelajaran baru atau harus menghafal beberapa bagian seperti definisi, rumus dan lain-lain.

7.8 Strategi Membaca Aktif

Dalam strategi membaca aktif dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Penyesuaian Sikap: Pembaca hendaknya mempunyai sikap positif yang berharap dapat menerima informasi yang bermanfaat dan bermanfaat dari materi.
2. Pembuatan pertanyaan panduan: pada awal latihan membaca, pembaca harus membuat pertanyaan yang mengantisipasi isi teks. Pertanyaan seperti apa judul teksnya, apa arti judulnya, apakah penulisnya mendukung atau menentang suatu gagasan, Pertanyaan seperti ini akan memandu pembaca dalam pemahamannya.
3. Mengadopsi metode membaca yang fleksibel: Memiliki kemampuan untuk mengubah metode membaca Anda sambil menunggu materi bacaan Anda.
4. Menggunakan alat penambah daya ingat: Karena tujuan utama membaca adalah untuk mengingat apa yang telah dibaca, setiap pembaca harus menggunakan beberapa alat yang akan membantunya mengingat apa yang telah dibaca. Beberapa perangkat tersebut adalah mencatat, mencatat, menggarisbawahi poin-poin penting, menghubungkannya dengan pengalaman pribadi, mencatat kata-kata baru, memanfaatkan Akronim.

Hambatan Leksikal

Komunikasi, baik menulis atau berbicara memerlukan pengambilan pilihan. Dalam memilih kata yang akan digunakan saat berbicara atau menulis, kemungkinan besar Anda akan menghadapi banyak tugas berat. Beberapa permasalahan dalam hambatan leksikal adalah pemilihan kata yang salah, kata-kata

yang berbelit-belit, klise, eufemisme, redundansi, dan tautologi. Kami mungkin tidak membahas secara rinci masing-masing jenis yang tercantum di atas, namun beberapa kata yang selalu digunakan secara salah akan dibahas di sini.

Beberapa contoh hambatan leksikal

1. Penggunaan 'All ready dan already'
2. Penggunaan All right and alright
3. Penggunaan All together dan altogether
4. Penggunaan All ways dan always
5. Penggunaan As as dalam kalimat "... as smart as me atau as smart as I am

Hal-hal yang dianjurkan untuk menghindari kesalahpahaman yang ditimbulkan oleh hambatan-hambatan leksikal

1. Penggunaan Kamus
2. Sangat disarankan bahwa salah satu buku teks utama yang harus dibeli oleh sarjana adalah kamus standar. Kamus semacam itu selain memberikan arti suatu kata juga harus menyediakan informasi seperti pengucapan, bagian ucapan, bentuk kata yang ada dan maknanya, bentuk frasa, penggunaan, varian Inggris British dan Inggris Amerika jika diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

ArifinZainal. 2012. *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementrian Agama RI.

BAB 8

KOMUNIKASI DAN LEADERSHIP

Oleh Lovia Evanne

8.1 Pengertian Pola Komunikasi

Komunikasi merupakan proses membuat arti dari ide atau gagasan yang disampaikan, sedangkan pola adalah bentuk struktur yang tetap. Komunikasi juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan interaksi antara dua orang atau lebih yang melakukan proses pengiriman dan penerimaan pesan secara langsung atau menggunakan media. Sedangkan, pola komunikasi dapat diartikan sebagai pola interaksi antara dua orang atau lebih yang melakukan pola komunikasi efektif sehingga pesan dapat dipahami antara komunikator dan komunikan (Djamarah, 2004).

Abdillah Hanafi menyatakan bahwa manusia adalah makhluk yang berkomunikasi, dan komunikasi meliputi apapun yang kita lakukan. Semua orang selalu berkomunikasi (Hanafi, 1984).

Jika ada sejumlah elemen atau elemen di bawah ini, komunikasi dapat terjadi:

1. Komunikator disebut pembawa pesan untuk disampaikan kepada komunikan.
2. Pesan adalah informasi yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan disebut peneriesan dari yang disampaikan oleh komunikator
4. Media adalah sarana untuk mendukung pesan ketika disampaikan oleh komunikator dimana komunikan jauh atau berjumlah banyak.
5. Efek merupakan dampak dari pesan yang dipahami oleh komunikator dan komunikan.

Menurut Djamarah ada lima komponen komunikasi yaitu (1) komunikator (2) komunikan (3) pesan yang disampaikan (4) konteks (*setting* atau lingkungan yang baik) dan (5) sistem penyampaian. Menurut Djamarah, lingkungan atau situasi yang mendukung diperlukan dalam proses komunikasi, tetapi media tidak termasuk dalam komponen komunikasi (Djamarah, 2004).

Dari elemen-elemen tersebut, yang lebih penting lagi adalah dampak dari proses komunikasi itu sendiri, yaitu bagaimana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mempengaruhi komunikan. Karena itulah tujuan komunikasi. Ada dampak kognitif, afektif, dan behavioral. Dampak afektif lebih besar daripada dampak kognitif, yaitu komunikan tidak hanya mengetahui tetapi juga membuatnya merasa tertarik dan memiliki perasaan tertentu. Dampak yang paling besar adalah dampak perilaku, yaitu dampak yang terjadi pada komunikan melalui perilaku, tindakan, atau kegiatan. Pola komunikasi adalah model dari proses komunikasi, sehingga dapat dihasilkan pola yang cocok dan mudah diterapkan dengan berbagai model dan terdapat dari proses komunikasi. Proses komunikasi sendiri adalah rangkaian aktivitas rutin dalam menyampaikan pesan dan mendapatkan tanggapan dari penerima pesan.

8.2 Pola-pola Komunikasi

1. Pola Komunikasi Primer

Komunikasi adalah proses simbolik dan simbolisasi. Disebut juga penggunaan lambang merupakan kebutuhan utama manusia. Lambang adalah kekhasan yang membedakan manusia dari makhluk lain. Menurut Ernest Cassirer, keistimewaan manusia sebagai hewan simbolik membuat manusia unggul dari makhluk lain (Mulyana, 2007).

Menurut sekelompok orang, lambang atau simbol digunakan untuk menunjuk sesuatu yang berbeda. Lambang terdiri dari perkataan (pesan lisan), perilaku non-verbal, dan objek yang memiliki makna yang sama. Contohnya, menjelang tahun kemerdekaan memasang bendera di halaman rumah. Hal ini salah satu cara untuk menunjukkan penghormatan atau cinta kepada negara. Kemampuan manusia untuk menggunakan lambang verbal memungkinkan terjadinya perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara orang dan objek (nyata atau abstrak) tanpa kehadiran manusia.

Komunikasi primer adalah suatu proses di mana komunikator menyampaikan idenya kepada komunikan melalui penggunaan simbol sebagai media atau rute. Menurut (Djamarah, 2004), ada dua jenis lambang dalam pola ini: lambang verbal dan lambing nonverbal. Lambang verbal adalah yang paling umum dan sering digunakan karena bahasa dapat mengungkapkan pikiran komunikator. Dalam berkomunikasi non-bahasa, lambang non-verbal adalah isyarat dengan anggota tubuh seperti tangan, bibir, wajah, kepala, dan mata. Gambar juga berfungsi sebagai lambang non-verbal, jadi berkomunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Karena model awal yang dikembangkan oleh Aristoteles, pola komunikasi ini dianggap sebagai model komunikasi klasik.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Aristoteles (1984) membuat model sederhana yang dipengaruhi oleh Harold D. Lasswell yang kemudian model komunikasi lebih dikenal dengan pola komunikasi formula Lasswell. Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui sarana media atau sarana teknologi informasi. Proses ini akan semakin

baik jika berlangsung lebih lama. Semakin canggih media yang digunakan maka pola komunikasi akan semakin efektif dan efisien.

3. Pola Komunikasi Linear

Makna linier berarti lurus atau searah. Artinya perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus atau satu arah. Titik terminal atau tujuan akhir digunakan untuk menunjukkan penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi ini biasanya terjadi secara tatap muka (secara pribadi), tetapi juga terkadang terjadi melalui media. Perencanaan sebelum komunikasi dalam proses komunikasi ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif.

4. Pola Komunikasi Sirkular

Arti harfiah dari sirkular berarti bulat, bundar, atau keliling. Dalam proses sirkular terdapat umpan balik atau aliran dari komunikator ke komunikator adalah faktor utama dalam keberhasilan komunikasi. Pola komunikasi sirkular akan melibatkan umpan balik antara komunikator dan komunikan dan proses komunikasi berjalan terus menerus (Hidayat, 2012). Pola komunikasi di sini dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan antara komunikan dan komunikator, baik secara verbal maupun non-verbal terjadi antara dua orang atau lebih. Ini dilakukan agar penerima dapat memahami pesan yang disampaikan dan, yang paling penting, hubungan timbal balik antara komunikan dan komunikator tetap ada.

8.3 Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi

Persamaan dari bentuk pola komunikasi yaitu komunikasi yang efektif yang dipahami oleh komunikator dan komunikan serta mendapatkan timbal balik (*feedback*) antara komunikator dan komunikan.

Perbedaan dari bentuk pola ini dilihat dari komunikasi verbal dan non-verbal. Komunikasi verbal akan terjadi secara lisan atau perkataan dan komunikasi yang non-verbal akan terjadi melalui tulisan atau isyarat atau lambang atau simbol.

8.4 Komunikasi Efektif

Komunikasi mencakup berbagai makna yang dikomunikasikan melalui perilaku verbal juga non-verbal. Namun, perilaku dapat dianggap sebagai komunikasi jika melibatkan dua serta lebih orang. Komunikasi efektif terjadi ketika setidaknya satu sumber mengirimkan tanda atau simbol kepada penerima dalam bentuk pesan, baik verbal (kata-kata) atau non-verbal (gestur). Komunikasi efektif juga berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memahami pesan. Sehingga, dapat dikatakan bahwa komunikasi berjalan lancar, yang berarti bahwa kedua belah pihak yang berkomunikasi saling memahami pesan yang disampaikan (Mulyana, 2008).

Pengertian adalah kunci untuk komunikasi yang efektif, yang dapat menghasilkan kesenangan, perubahan perilaku/sikap, peningkatan relasi sosial, dan berhasil mendorong tindakan. Komunikasi efektif dianggap penting dan rumit. Komunikasi dianggap penting karena berbagai dinamika yang terjadi dalam kehidupan. Pada urusan bisnis dan politik, biasanya menghasilkan situasi kritis yang membutuhkan penanganan yang tepat. Selain itu, munculnya kecenderungan untuk bergantung pada teknologi komunikasi, bersama dengan

berbagai kepentingan yang timbul bersamaan dengannya.

Mendengarkan dan bertanya adalah keterampilan penting untuk berkomunikasi dengan baik. Seseorang harus mau mendengarkan dan memahami dengan baik selama proses komunikasi. Kemudian mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang saling terkait untuk membantu masing-masing pihak mencapai solusi atau keamanan. Karena itu, tujuan utama komunikasi yang efektif adalah mendapatkan solusi dari permasalahan. Tidak ada satu pun orang yang ingin disalahkan sehingga ini adalah ide dasar dari komunikasi yang efektif.

Untuk membuat orang senang dengan informasi yang mereka berikan, mereka harus berkomunikasi dengan baik, yang juga dikenal sebagai diplomasi. untuk mencapai tujuan bersama (Mulyana, 2008). Setiap orang dapat berkomunikasi dengan baik. Jika ada orang yang merasa tidak bisa, itu mungkin karena mereka tidak terbiasa. Mengajar orang berkomunikasi secara efektif adalah sesuatu yang dapat dilakukan secara praktis. Walaupun tampaknya sederhana, hal ini dapat membantu seseorang mencapai kesuksesan dalam kehidupan pribadi dan karir.

Apabila pesan diterima dan dipahami dengan baik oleh pengirimnya dan ditindak lanjuti dengan tindakan sukarela oleh penerimanya, komunikasi dapat dikatakan efektif, yang dapat meningkatkan kualitas relasi dan menghilangkan hambatan. Komunikasi tidak akan terjadi jika asal sumber dan penerima komunikasi tidak memiliki sistem yang sama. Berdasarkan penjelasan ini, komunikasi dikatakan efektif jika memenuhi tiga persyaratan utama:

1. Pesan yang dapat ditangkap dan dipahami oleh komunikan seperti yang dibawa oleh komunikator
2. Ditindak lanjuti oleh komunikan dengan kesadaran sendiri
3. Memperbaiki relasi interpersonal (Hanafi, 1984)

Komunikasi yang efektif menurut Cutlip dan Center (Oktarina, 2017), Empat langkah penting untuk komunikasi yang efektif:

1. Pencarian Fakta: Fakta tentang komunikan dan keinginan dan komposisinya harus dicari sebelum berbicara
2. Perencanaan: Rencanakan pesan yang akan disampaikan dan bagaimana mengemukakannya berdasarkan dari fakta dan data yang diperoleh
3. Komunikasi: penyampaian sesuai dengan rencana
4. Evaluasi: menilai dan menganalisis hasil komunikasi

8.5 Karakteristik Komunikasi Interpersonal Yang Efektif

Komunikasi interpersonal bisa sangat efektif atau sangat tidak efektif. Jika ada konflik dalam sebuah relasi, contohnya hubungan rumah tangga yang tidak harmonis, komunikasi menjadi tidak efektif. Untuk meningkatkan dan meningkatkan komunikasi, berbagai pihak harus bekerja sama dan memperbaiki hubungan mereka satu sama lain. Terdapat dua perspektif berikut yang merupakan ciri-ciri komunikasi interpersonal efektif yaitu:

1. Perspektif *Humanistic*

a. Keterbukaan (*openness*)

Memahami bahwa untuk komunikasi interpersonal yang efektif. Contohnya ialah seseorang harus terbuka pada lawan bicara yang di ajak berinteraksi. Siap untuk membuka diri dan membagikan informasi serta siap untuk mengakui dan bertanggung jawab atas perasaan dan pikiran mereka. Kita harus tetap terbuka jika kita ingin komunikasi interpersonal efektif dan kerjasama yang lebih baik.

b. Empati (*empathy*)

Empati adalah kesadaran seseorang untuk menempatkan dirinya sebagai orang lain, artinya

mereka mampu merasakan emosi dan merasakan pengalaman sebagai orang lain.

- c. Sikap mendukung (*supportiveness*)
Seseorang akan menunjukkan perilaku yang mendukung dan menghasilkan komunikasi interpersonal dengan baik. Hal ini dimaksudkan agar satu sama lain saling mendukung dan menerima pesan yang sama.
- d. Sikap positif (*positiveness*)
Sikap memiliki perilaku yang positif, yang berarti berpikir positif tentang orang lain juga terhadap diri sendiri
- e. Kesetaraan (*equality*)
Kesamaan maksudnya ialah watak, sikap, perilaku, kebiasaan, nilai dan pengalaman lainnya memengaruhi seberapa efektif komunikasi antar individu.

2. Perspektif Pragmatis

- a. Kepercayaan diri (*confidence*)
Kepercayaan diri dalam bersosialisasi menunjukkan kemampuan terhadap kepercayaan dirinya sendiri. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan mereka untuk membuat orang lain merasa nyaman atau bahkan lebih nyaman.
- b. Kebersatuan (*immediacy*)
Menggambarkan bagaimana komunikasi dan komunikator bekerja sama, yang menghasilkan rasa keharmonisan dan kebersamaan. Orang lain akan mendengarkan, memperhatikan dengan minat yang tinggi.
- c. Manajemen interaksi (*interaction management*)
Ketika melakukan komunikasi anda dapat mengontrol interaksi agar semua pihak puas. Orang lain tidak ada

yang merasa diabaikan atau menjadi pihak akan merasa puas. Salah satu cara yang tepat untuk membuat orang lain puas adalah dengan memberi orang lain kesempatan untuk berbicara dan mempertahankan peran komunikator dan komunikasi melalui gerakan wajah, tubuh, dan ekspresi vokal yang sesuai. Ini adalah bagian dari manajemen dalam interaksi.

- d. Daya ekspresi (*expressiveness*)
Kemampuan yang menggambarkan untuk berkomunikasi dengan aktif daripada apatis atau tidak bertanggung jawab kepada orang lain.
- e. Orientasi ke pihak lain (*other orientation*)
Dalam situasi ini, tujuannya adalah untuk mendekatkan dan melakukan penyesuaian diri dengan lawan bicara dan menunjukkan minat. Perhatian terhadap apa yang disampaikan lawan bicara dan keinginan untuk bersama serta bekerjasama untuk menemukan solusi masalah (Juairiah, 2021).

8.6 Gaya Kepemimpinan

Identifikasi gaya kepemimpinan menurut pendapat Edwin T Cornelius III bahwa status setiap orang yang menjadi pemimpin yang bertindak sebagai komunikator untuk mengomunikasikan sesuatu secara interpersonal dengan gaya komunikasi tertentu. Secara umum Cornelius III menggambarkan dengan ilustrasi lima tipe gaya komunikasi yaitu:



Gambar 7.1. Ilustrasi Lima Tipe Gaya Komunikasi

1. Gaya *Submissive*

Gaya *submissive* merupakan kontras atau ekstrem dari gaya komunikasi agresif. Stereotip dari gaya ini disebut individu penurut. Adapun ciri ciri gaya *submissive* antara lain:

- a. Lemah
- b. Pengecut
- c. Malu
- d. Tenang
- e. Acuh tak acuh
- f. Tidak yakin
- g. Penurut/tidak melawan
- h. Sangat patuh
- i. Selalu mengalah
- j. Reaktif
- k. Pasif
- l. Tidak memihak

Adapun perilaku yang dianggap kuat dari gaya *submissive* antara lain:

- a. Pemain yang bagus dalam tim kerja
- b. Pendengar yang baik
- c. Menghormati orang lain
- d. Peduli terhadap orang lain
- e. Kadang mementingkan diri sendiri
- f. Bijaksana
- g. Penuh pertimbangan
- h. Simpatik
- i. Suka menolong
- j. Ramah
- k. Memahami orang lain
- l. Patuh

Seorang *submissive* melaksanakan tugasnya dengan patuh dan menghindari konflik dengan orang lain.

2. *Gaya Caring-Low Assertive*

Seorang pemimpin dengan *low assertive style* adalah seorang pendengar yang baik namun pada saat yang sama akan berbicara bila diperlukan. Pemimpin ini lebih mengutamakan mendengarkan dan memahami daripada menuntut untuk dimengerti orang lain.

3. *Gaya Collaborative Mid Assertive*

Seorang pemimpin gaya *collaborative mid assertive* menggunakan pendekatan bersifat kolaboratif. Gaya ini merupakan perpaduan antara tipe gaya asertif tinggi dan asertif rendah. Sehingga pemimpin bisa tegas namun pada saat yang sama dapat persuasif dan bahkan dapat memaksa pihak lain untuk melakukan perintahnya.

4. *Gaya Compelling High Assertive*

Pemimpin gaya *compelling high assertive* memiliki ciri antara lain:

- a. Tegas
- b. Dapat membuat argumen
- c. Menghabiskan waktu membujuk orang lain
- d. Ingin dipahami daripada memahami orang lain
- e. Kadang memaksa orang lain
- f. Menghormati orang lain

Gaya kepemimpinan ini biasanya tegas pada situasi dan kondisi tertentu demi memberikan kepastian bagi orang lain untuk memahami pandangannya.

5. *Gaya Agresif*

Karakteristik dari pemimpin gaya agresif yang dicitrakan negatif antara lain:

- a. Merasa diri berarti
- b. Ambisi untuk membuat sesuatu berubah

- c. Suka melakukan intimidasi
- d. Kalau berbicara suara keras
- e. Tidak peduli pada orang lain
- f. Suka berkelahi
- g. Selalu dengki dengan orang lain
- h. Kurang ramah
- i. Tampil kurang menyenangkan
- j. Kadang terlihat kejam
- k. Antagonistik
- l. Konfrontasi
- m. Destruktif
- n. Argumentatif
- o. Kurang bersahabat

Faktor pendorong gaya komunikasi agresif adalah karena seseorang berada dalam kekuasaan tertentu dan akan menekan orang lain gaya submissive. Sehingga gaya kepemimpinan agresif cenderung menghasilkan karakteristik negatif (Liliweri, 2017).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Hanafi, 1984. *Memahami Komunikasi Antar Manusia*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Dasrun, Hidayat. 2012. *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga*. Jakarta : RinekaCipta.
- Juairiah. Evanne. 2021. *Komunikasi Antarpribadi Perspektif Teoritis dan Aplikasi*. Yogyakarta : Probi Media.
- Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta : Kencana.
- Mulyana, Deddy. 1996. *Komunikasi Jenaka*. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif*. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. 2017. *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Jakarta : Deepublish.

BAB 9

ASPEK NILAI, NORMA DAN ETIKA KOMUNIKASI

Oleh Adi Muhammad Ramadhan

Dalam setiap bentuk interaksi manusia, baik dalam komunikasi sehari-hari maupun situasi yang lebih resmi, aspek nilai, norma, dan etika komunikasi memegang peran penting dalam membentuk kerangka kerja komunikatif yang efektif dan bermakna. Nilai-nilai mendasar yang dianut oleh individu dan masyarakat mempengaruhi bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan. Sementara itu, norma-norma komunikasi berperan sebagai panduan yang mengarahkan perilaku komunikatif dalam suatu kelompok atau budaya, memastikan kesepahaman dan menghindari konflik. Di sisi lain, etika komunikasi melibatkan pertimbangan moral dan tanggung jawab dalam berkomunikasi, menggarisbawahi pentingnya menghormati hak dan martabat setiap individu serta menghindari manipulasi atau penyebaran informasi yang menyesatkan. Kombinasi yang harmonis dari nilai, norma, dan etika ini membentuk dasar interaksi manusia yang bermakna, menghormati, dan berdampak positif dalam berbagai konteks komunikasi.

Aspek nilai, norma, dan etika komunikasi adalah pilar fundamental dalam memahami bagaimana interaksi manusia terjadi dalam berbagai konteks sosial. Dalam era yang semakin terhubung melalui teknologi dan semakin kompleks dalam dinamika sosialnya, pemahaman yang mendalam tentang

bagaimana nilai-nilai, norma, dan etika memengaruhi komunikasi sangatlah penting.

Nilai-nilai, sebagai landasan moral dan keyakinan yang dianut oleh individu dan masyarakat, memainkan peran krusial dalam membentuk komunikasi. Nilai-nilai ini mencakup pandangan tentang kebenaran, keadilan, kebebasan, dan hal-hal lain yang dianggap penting dalam hidup. Misalnya, dalam budaya yang menghargai kerja sama, komunikasi cenderung lebih kolaboratif dan dialogis, sementara budaya yang menekankan pada otoritas mungkin memiliki komunikasi yang lebih hierarkis.

Norma-norma komunikasi, yang terbentuk oleh nilai-nilai budaya, menjadi pedoman dalam interaksi sehari-hari. Ini mencakup aturan tentang bagaimana berbicara, berbicara kepada siapa, kapan berbicara, dan seberapa jauh informasi dapat dibagi. Norma-norma ini berbeda antara budaya, sub-budaya, dan bahkan kelompok sosial yang lebih kecil. Misalnya, norma komunikasi dalam lingkungan profesional mungkin lebih formal dan terstruktur daripada dalam kelompok teman sebaya.

Tidak kalah pentingnya adalah etika komunikasi, yang melibatkan pertimbangan moral tentang bagaimana pesan disampaikan. Etika melibatkan kejujuran, rasa tanggung jawab, dan penghargaan terhadap privasi dan martabat individu. Dalam dunia digital saat ini, etika juga mencakup penanganan data pribadi dan penggunaan media sosial dengan bijak. Etika komunikasi menghindarkan manipulasi informasi, penyebaran berita palsu, dan segala bentuk komunikasi yang merugikan atau menyinggung pihak lain.

Ketiga aspek ini saling terkait dan berinteraksi secara kompleks. Nilai-nilai membentuk norma-norma, yang selanjutnya membimbing praktik etika dalam komunikasi. Ketika nilai-nilai dikesampingkan atau konflik dengan norma dan etika, komunikasi dapat mengalami hambatan dan terjadi kesalahpahaman atau konflik sosial. Sebaliknya, pemahaman mendalam tentang aspek

ini dapat memperkuat hubungan sosial, memungkinkan pertukaran ide yang produktif, dan membantu membangun masyarakat yang inklusif dan bermakna.

Dalam kesimpulannya, aspek nilai, norma, dan etika komunikasi adalah dasar penting dalam memahami dan melaksanakan interaksi manusia dalam berbagai konteks. Memahami peran nilai-nilai dalam membentuk norma dan etika komunikasi adalah langkah penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif, bermakna, dan menjaga keseimbangan dalam dunia yang semakin kompleks dan terkoneksi ini.

9.1 Nilai-Nilai Komunikasi

Nilai-nilai komunikasi merujuk pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan tindakan dalam komunikasi. Berikut adalah beberapa nilai komunikasi yang penting:

1. **Komunikatif:** Kemampuan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, dan memberi informasi kepada orang lain.
2. **Empati:** Kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan orang lain.
3. **Keterbukaan:** Kemampuan untuk terbuka dan jujur dalam berkomunikasi.
4. **Kesantunan:** Kemampuan untuk berbicara dengan sopan dan menghormati orang lain.
5. **Keterampilan mendengarkan:** Kemampuan untuk mendengarkan dengan baik dan memahami apa yang sedang disampaikan oleh orang lain.
6. **Keterampilan menulis:** Kemampuan untuk menulis dengan jelas dan efektif.

Dengan mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai komunikasi, seseorang dapat memperoleh pemahaman yang lebih

baik tentang cara berkomunikasi yang baik dan efektif. Namun, pergeseran nilai komunikasi terjadi dengan adanya media virtual yang menjembatani komunikasi saat ini, banyak orang cenderung tidak peduli dengan bagaimana mereka berkomunikasi, sehingga nilai-nilai komunikasi yang baik perlu ditekankan kembali.

9.2 Norma Komunikasi

Norma komunikasi adalah seperangkat aturan dan panduan yang mengatur cara orang berkomunikasi dalam suatu masyarakat atau kelompok tertentu. Norma-norma ini membentuk dasar bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan oleh anggota masyarakat atau kelompok tersebut. Norma komunikasi membantu memastikan bahwa komunikasi berjalan lancar, efektif.

Beberapa contoh norma komunikasi meliputi:

1. **Norma Bahasa:** Setiap masyarakat atau kelompok memiliki bahasa atau dialek yang digunakan dalam komunikasi. Norma bahasa mencakup aturan tata bahasa, penggunaan kata-kata sopan atau kasar, serta kata-kata atau frasa yang sensitif atau menghina.
2. **Norma Nonverbal:** Selain kata-kata, komunikasi juga melibatkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, dan isyarat lainnya. Norma ini dapat berbeda-beda di berbagai budaya. Misalnya, apa yang dianggap sopan atau kasar dalam konteks ekspresi wajah dapat berbeda di berbagai bagian dunia.
3. **Norma Kesopanan:** Ini berkaitan dengan bagaimana orang berbicara dan berperilaku dengan sopan. Norma kesopanan mengajarkan bagaimana menghormati orang lain dalam komunikasi, seperti mengucapkan terima kasih, meminta izin, dan menggunakan kalimat yang santun.
4. **Norma Konteks Budaya:** Setiap budaya memiliki norma komunikasi yang unik. Beberapa budaya lebih bersifat

langsung dan terbuka, sementara yang lain lebih cenderung merujuk pada makna tersirat dan konteks sosial.

5. Norma Komunikasi Formal dan Informal: Ada situasi-situasi di mana komunikasi harus formal, seperti dalam lingkungan bisnis atau resmi, dan situasi di mana komunikasi dapat lebih santai dan informal, seperti antara teman dekat.
6. Norma Komunikasi Media Sosial: Dengan perkembangan teknologi, norma komunikasi juga telah berkembang untuk mencakup media sosial. Ini termasuk etika dalam berbagi informasi, menghormati privasi, dan menghindari penyebaran berita palsu atau informasi menyesatkan.
7. Norma Komunikasi Antarbudaya: Ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya yang berbeda, norma-norma tertentu harus diperhatikan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau konflik.

Norma-norma komunikasi membantu menjaga ketertiban dan pemahaman dalam komunikasi antara individu atau kelompok. Namun, penting untuk diingat bahwa norma-norma ini bisa berubah seiring waktu dan perubahan sosial. Oleh karena itu, penting untuk selalu memahami dan menghormati norma-norma komunikasi yang berlaku dalam lingkungan tertentu.

9.3 Etika Komunikasi

Sesuatu dianggap etis atau baik, apabila sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Kenyataannya, banyak orang yang tertarik untuk mempelajari etika, sehingga terdapat pengertian lain tentang etika ialah suatu studi atau ilmu yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana pula yang dinilai buruk.

Pastinya komunikasi tidak bebas dari kehidupan tiap hari kita serta semacam yang sudah diulas lebih dahulu, komunikasi selaku bagian dari kehidupan pula mempunyai etika di dalamnya. Etika komunikasi ialah salah satu dari etika spesial, sebab mangulas bagian khusus dari kehidupan orang.

Etika sendiri ialah angka serta norma yang legal buat dijadikan pemikiran serta standar orang dalam berperan serta berkelakuan laris. Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi melingkupi seluruh angka serta norma yang jadi standar serta referensi orang dalam berbicara dengan orang lain. Etika komunikasi memperhitungkan mana aksi komunikasi yang bagus serta kurang baik bersumber pada standar yang legal.

Sebab komunikasi ialah salah satu perihal yang genting dalam kehidupan orang, hingga berarti untuk kita buat menguasai hal etika komunikasi. Tanpa terdapatnya etika komunikasi, bisa terjalin keadaan yang tidak di idamkan semacam kesalahpahaman, pertengkaran, bentrokan, serta lain serupanya. Tidak hanya itu, etika komunikasi yang tidak dikenal serta diaplikasikan hendak menimbulkan ikatan kita dengan orang lain jadi kurang baik. Pastinya itu hendak berdampak tidak bagus, sebab bagaimanapun pula kita merupakan insan sosial yang senantiasa menginginkan serta diperlukan orang lain.

Menurut Ki Hajar Dewantara (1962) etika ialah ilmu yang mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya teristimewa yang mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan.

Pengertian dan definisi etika dari para filsuf atau ahli tersebut di atas berbeda-beda pokok perhatiannya antara lain:

1. Merupakan prinsip-prinsip moral yang termasuk ilmu tentang kebaikan dan sifat dari hak

2. Pedoman perilaku yang diakui berkaitan dengan memperhatikan bagian utama dari kegiatan manusia
3. Ilmu watak manusia yang ideal dan prinsip-prinsip moral sebagai individual
4. Merupakan ilmu mengenai suatu kewajiban

Berkaitan dengan definisi atau pendapat para tokoh tersebut di atas tentang etika dapat diterima suatu kesimpulan secara umum bahwa hubungan dengan perbuatan seseorang yang dapat menimbulkan penilaian dari pihak lainnya akan baik buruknya perbuatan yang bersangkutan disebut etika.

Etika Komunikator

Sejak zaman Yunani purba, bentuk komunikasi masih sederhana dan langsung yaitu lebih banyak melalui bahasa lisan yang disebut retorika, para komunikatornya disebut orator. Biasanya mereka harus memiliki pengetahuan dasar seperti *etos*, *pathos* dan *logos* menurut Efendi (2000:351). Selanjutnya penjelasan artinya sebagai berikut:

1. Etos
Etos berarti sumber kepercayaan seorang orator harus dapat dipercaya karena yang bersangkutan harus memiliki keahlian kemampuan dan pengetahuan luas dalam bidang yang memang dikuasainya dengan baik jadi orator yang berwibawa dapat dipercaya dan diterima oleh komunikan dan publiknya.
2. Patos
Patos berarti imbauan emosional kemampuan menampilkan gaya emotif dan persuasif yang dimiliki oleh seorang dengan penampilan tersebut orator yang mampu berbicara secara memukau menarik dan antusias akan lebih berhasil menampilkan imbauan emosional dengan semangat yang berkobar-kobar saat berpidato serta

mampu membangkitkan emosi dan semangat dari khalayaknya

3. Logos

Logos berarti imbauan logis yaitu kemampuan yang dimiliki oleh orator lebih bergaya akademisi dalam menguraikan isi pesan atau materi pidato ceramah dan kuliah yang disampaikan secara logis, wajar, sistematis dan argumentative, dengan demikian penyampaian pesan mudah dimengerti serta dapat diterima oleh nalar para pendengarnya .

Sehubungan dengan pemahaman ketiga pengetahuan dasar tersebut khususnya etos harus dikuasai oleh seorang orator disamping itu orator juga harus memiliki pengetahuan tentang etika komunikasi agar dapat dipercaya dengan syarat menguasai komponen-komponen dan faktor-faktor etos tertentu sebagai penunjangnya. Austin dalam bukunya *Argumentation and Debate* (1969) menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Komunikator memiliki:

- a. Kompetensi
- b. Integritas
- c. Berkemauan baik

2. Faktor pendukung

Sukses atau tidaknya seorang komunikator akan ditentukan oleh kemampuan dalam mengadakan pilihan di mata komunikannya yaitu memiliki persyaratan sebagai berikut:

a. *Planning*

Mempersiapkan segala hal kebutuhan dalam keperluan kita sebaik mungkin, sehingga dalam aktivitasnya dalam berjalan secara baik dan lancer. Serta dapat mengantisipasi segala masalah yang

sekiranya akan muncul dengan mempersiapkan solusi atau antisipasi yang terbaik agar sesuai target.

b. *Seriousness*

Menjadi seorang komunikator memang pada dasarnya haruslah bisa menyampaikan isi pesan yang dimaksudkan agar sampai kepada pendengar atau komunikan. Yang berarti harus ada keseriusan dari seorang komunikator dalam penyampaian pesan tersebut. Kalaupun komunikator terkadang menyampaikan hal-hal yang berbau *ice breakinf* maka itu hanya bersifat selingan saja tanpa ada maksud merubah seorang komunikator menjadi layaknya seorang comedian yang banyaknya di unsur humor.

c. *Sincerity*

Komunikator adalah seseorang yang tulus hati pikiran dan perilakunya dalam menyampaikan atau tindakannya harus sangat berhati-hati agar tidak menimbulkan kecurigaan di mata publiknya.

d. *Trust*

Komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian atau kepercayaan di mata publiknya dan tidak boleh teledor dalam berbuat kesalahan atau kecurangan sehingga menimbulkan suatu penilaian lain di hati dan lain pula di mulut. Hal ini menimbulkan citra negatif bagi komunikator yang bersangkutan.

e. *Sense of calm*

Semua itu berawal dari diri sendiri terlebih dahulu, ketika kita bersikap tenang maka sikap tersebut akan menjadi luas sehingga mempengaruhi lingkungan sekitar untuk sama yang dirasakannya. Namun jika sebaliknya maka akan berlaku hal yang sama juga pada lingkungan sekitar kita.

f. *Friendliness*

Tujuan yang harus dicapai adalah dengan melakukan kegiatan komunikasi yang efektif. Efektif terjadi jika ada kebersamaan komunikasi yang dilakukan sehingga berlaku bagi 2 pihak tersebut baik komunikator maupun komunikan. Indikator yang tertinggi adalah dengan adanya sifat keramahan yang muncul dalam aktivitasnya dalam berkomunikasi, sehingga dengan sifat ramah itulah lawan komunikasi kita menjadi terbuka serta menjalankan apa yang kita harapkan.

g. *Simplicity*

Seorang komunikator atau orator haruslah menguasai audience-nya karenanya Bahasa yang disampaikan harus dapat dipahami oleh pendengar agar keseluruhan pesan dapat efektif diterima oleh komunikan. Sehingga lebih baik menyampaikan dengan Bahasa yang sederhana agar dapat dimengerti oleh komunikan daripada menggunakan Bahasa akademisi atau lainnya yang jelas-jelas dapat menjadi hambatan keahaman antara komunikator dengan komunikan.

3. Faktor-faktor penunjang komunikasi yang komunikatif

Untuk mengetahui efek atau dampak dalam suatu pesan dalam apakah diterima secara efektif serta menghasilkan suatu umpan balik dari khalayaknya. Wilbur Scramb mengemukakan pendapatnya yang dikenal dengan *The Condition Of Success In Communication* yaitu komunikator yang handal perlu mempersiapkan dengan kenalilah khalayak anda. Agar pesan tersebut melahirkan umpan balik sesuai dengan harapan yang didapatkan, maka pesan tersebut haruslah memenuhi beberapa unsur sebagai berikut:

- a. Pesan harus menjadi pesan yang menjadi perhatian oleh komunikannya.
- b. Pesan harus menggunakan komunikasi non verbal yang dimengerti sepenuhnya oleh komunikan.
- c. Pesan harus dapat membangkitkan kebutuhan pribadi dari komunikan dan memberikan beberapa saran untuk mendapatkan kebutuhan itu.
- d. Pesan dapat menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan itu berada agar dapat digerakkan untuk memberikan tanggapan seperti yang dikehendaki.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, A. F., 2008. *Tips Trik Public Relations*. Cetakan ke-2 ed. Jakarta: Grasindo.
- Ahmad, Q., 2021. *Humas Amikom Purwokerto*. [Online] Available at: <https://humas.amikompurwokerto.ac.id/nilai-komunikasi-yang-efektif/> [Accessed Agustus 2023].
- AW, S., 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, R., 2016. *Etika Kehumasan*. Cetakan ke-8 ed. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soeganda Priyatna, E. A., 2009. *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjadjaran.

BIODATA PENULIS



Arief Yanto Rukmana, S.T., M.M., C.Ed., CBPA®
Mahasiswa Doktoral Universitas Pendidikan Indonesia
Dosen Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri Bandung
Dosen Universitas Nurtanio Bandung

Penulis sebelumnya telah memegang posisi penting di sejumlah bisnis yang beroperasi pada skala nasional dan dunia. penulis saat ini berprofesi sebagai praktisi bisnis (Pemilik Perusahaan di Bidang Fashion, Kuliner dan Bisnis Digital juga sebagai seorang akademisi. Penulis mengajar di Universitas Nurtanio Bandung, dan dosen tetap di perguruan tinggi Indonesia mandiri (STMIK IM & STIE STAN IM). alumni dari Program Studi Informatika (S1) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Indonesia Mandiri (STMIK IM), Program Magister Manajemen (S2) di Pasca Sarjana Universitas Widyatama dan sedang melanjutkan studi Pendidikan (S3) Program Doktoral Pendidikan Teknologi dan Vokasional di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis aktif sebagai pembicara dan narasumber kewirausahaan digital juga berdedikasi sebagai praktisi bisnis / owner / pemilik beberapa perusahaan yang bergerak pada industri food, fashion and fun. serta aktif dalam organisasi nasional

maupun internasional. Penulis juga seorang profesional dalam bidang public speaking & sebagai asesor kompetensi digital dan instruktur berpengalaman untuk sertifikasi kompetensi SKKNI BNSP Digital Marketing, Social Media Marketing dan Metodologi Pelatihan Level III, Graphic Design serta Sertifikasi Kompetensi beberapa lainnya yang diselenggarakan dinas tenaga kerja kota bandung, PT Rice INTI dan Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja (BBPLK) Bandung. Selain itu pula penulis produktif sebagai pendamping UMKM dan pengelola Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri dengan membina dan melatih / coaching, mentoring serta melakukan pendampingan bisnis UMKM / Start UP untuk mahasiswa yang berminat menjadi seorang Entrepreneur / Technopreneurship tangguh yang mampu berdayasaing pada kancah internasional.

BIODATA PENULIS



Sri Wahyuning Astuti

Dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis Program Studi Digital
Public Relation Telkom University

Menyelesaikan studi S1 di Universitas Diponegoro Semarang, S2 di Universitas Mercu Buana dan S3 di Universitas Padjadjaran. Aktif sebagai pembicara terkait Public Relation dan Perilaku Psikologis dan Kesehatan Mental. Memiliki ketertarikan terhadap kajian perilaku manusia dalam kaitannya dengan penggunaan media. Beberapa buku yang sudah diterbitkan terkait psikologi ruang maya, dan fenomena body shaming di dunia maya.

Sebagai Praktisi Hypnotherapy, saat ini fokus pada pemberian therapy pada remaja dan dewasa.

BIODATA PENULIS

Dang Syaras, S.I.Kom, M.I.Kom

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Hukum
Universitas Hang Tuah Pekanbaru

Penulis lahir di Pekanbaru 7 Februari 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Hukum, Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis menekuni bidang Komunikasi Kesehatan. Adapun penelitian yang telah dilakukan yaitu Komunikasi Instruksional Instruktur Di Lindz Yoga Studio Pekanbaru, Komunikasi Intrapersonal Pasien Hypnobirthing Di Rumah Sakit Bersalin Annisa Pekanbaru, Pengalaman Komunikasi Pasien Hypnobirthing Di Rumah Sakit Bersalin Annisa Pekanbaru Selama Kehamilan dan penelitian lainnya. Saat ini, keseharian penulis disibukkan dengan berbagai kegiatan sebagai akademisi.

Email Penulis : dangsyaras@htp.ac.id

BIODATA PENULIS



Dr. Desy Misnawati. S.Sos., M.I.Kom
Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Darma

Penulis lahir di Palembang tanggal 08 Desember 1973. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Stisipol Candra dimuka Palembang 1999, melanjutkan S2 FIKOM Universitas Padjadjaran 2011 dan menyelesaikan Doktor Ilmu Komunikasi di FIKOM Universitas Padjadjaran 2017. Penulis juga aktif dalam kegiatan Perhumas Indonesia, melaksanakan penelitian bidang kajian budaya dan media.

Selain itu penulis telah menyelesaikan beberapa buku yaitu public speaking, metode penelitian sosial, manajemen pariwisata. Tetap semangat untuk terus berkarya dan berkarya.

BIODATA PENULIS



Dr. Bertaria Sohnata Hutaauruk, S.Pd., M.Hum

Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris,
Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Penulis lahir di Pematangsiantar tanggal 29 Maret 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris dan melanjutkan S2 dan S3 dan pada Jurusan Linguistik Terapan Bahasa Inggris. Penulis menekuni bidang Pendidikan Bahasa Inggris, Forensik Linguistik, dan TEFL. Saat ini aktif sebagai reviewer jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat terakreditasi yang berindeks sinta, nasional dan internasional.

BIODATA PENULIS



Tania Dwika Putri, S.I.Kom., M.I.Kom, CPS

Dosen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Hukum
Universitas Hang Tuah Pekanbaru

Penulis lahir di Pekanbaru tanggal 08 November 1992. Penulis adalah seorang Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Hukum Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Menyelesaikan pendidikan S1 di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Riau dengan konsentrasi jurusan Hubungan Masyarakat kemudian melanjutkan pendidikan S2 di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Riau dengan konsentrasi Komunikasi Politik dan Pemerintahan. Menekuni bidang ilmu komunikasi dan etnografi komunikasi, penulis aktif menjadi anggota di beberapa kelembagaan budaya di daerah kelahirannya. Penulis juga menguasai bidang *Public Relation*, *Certified Public Speaking* dan beberapa bidang kajian Ilmu Komunikasi lainnya seperti *Media Relation*, *Mass Media*, Komunikasi Politik dan Pemerintahan, dan turunan ilmu antropologi lainnya dengan pengalaman bekerja di Humas Pemerintah Provinsi Riau selama 7 tahun sebelum akhirnya memutuskan mengabdikan diri menjadi seorang Dosen.

BIODATA PENULIS



Lovia Evanne, S.K.M., M.I.Kom.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah
Kotabumi Lampung

Penulis lahir di Way Abung tanggal 4 Desember 1989. Penulis menyelesaikan pendidikan S-1 pada Jurusan Kesehatan Masyarakat tahun 2014 dan melanjutkan pendidikan S-2 pada Jurusan Ilmu Komunikasi lulus tahun 2017 di kampus yang sama yaitu Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Kalimantan Selatan. Penulis pada tahun 2023 melanjutkan studi S3 pada Jurusan Komunikasi Pembangunan di IPB University. Karier penulis dimulai tahun 2019 sebagai dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan. Kemudian penulis melanjutkan karier pada tahun 2021 sebagai dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi Lampung. Sejak tahun 2021 hingga saat ini menjadi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi Lampung. Dari pengalaman mengajar kemudian penulis menekuni bidang menulis. Karya penulis sebelumnya buku referensi dengan judul Komunikasi Antarpribadi Perspektif Teoritis dan Aplikasi, 2021. Alamat email penulis loviaevanne04112@gmail.com.

BIODATA PENULIS



Adi Muhammad Ramadhan, M.I.Kom.

Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat
Politeknik LP3I

Penulis lahir di Bandung pada tanggal 6 Juli 1989. Penulis merupakan dosen pada Program Studi Hubungan Masyarakat di Politeknik LP3I. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan Bandung serta S2 pada jurusan Komunikasi Bisnis di Universitas Islam Bandung. Pada saat ini penulis juga diamanahi menjadi Kaprodi (Ketua Program Studi) pada program D3 di Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I dari tahun 2020.

Selain pada aktivitas yang mencakup dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis juga beraktivitas dalam hal-hal yang berlandaskan sosial, kreativitas, komunitas dan hal lainnya seperti menjadi pembina pada Himpunan Mahasiswa (HIMA), *Station Manager* pada salah satu radio komunitas berbasis streaming, serta menjadi tim kreatif dalam beberapa pelaksanaan kegiatan baik formal maupun informal. Penulis juga memiliki hobi, salah satunya adalah menonton anime.