

PENGANTAR :

Dr. Ngalimun, M. Pd., M. I.Kom

Universitas Muhammadiyah Banjarmasin



KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

Meningkatkan Efektivitas Kecakapan
Interpersonal dalam Bidang Kesehatan

PENULIS :

H. Khairul Anam, M. Kes - Latifah Husien Thalib, M. Pd
Hanura Aprilia, Ns., M. Kep - Diah Retno Wulan, M. Kep
Sri Purwanti, M. Kes - Isrowiyatun Daiyah, M. Keb
Dewi Kartika Wulandari, M. Kep - Izma Daud, M. Kep

Komunikasi Antarpribadi

Meningkatkan Efektivitas Kecakapan Interpersonal
dalam Bidang Kesehatan

Penulis: H. Khairul Anam, M.Kes; Latifah Husien Thalib, M.Pd;
Hanura Aprilia, Ns., M.Kep; Diah Retno Wulan, M.Kep; Sri
Purwanti, M.Kes; Isrowiyatun Daiyah, M.Keb; Dewi Kartika
Wulandari, M.Kep; Izma Daud, M.Kep

Editor: -

Layout dan Ilustrasi Isi: Irana Jung
Sampul: Fikri Haekal Akbar

Diterbitkan Melalui:

CV. AHBAB PUSTAKA

Jalan Bumi Mas, Komplek Bumi Putera, RT 09, Nomor 44A,
Kelurahan Pemurus Baru, Kecamatan Banjarmasin Selatan,
Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Telp/WhatsApp: 085750787122/081545429650

Email: ahbabpustaka@gmail.com

Instagram: @ahbabpustaka

xiv + 168 hlm; 14 x 21 cm

Cetakan I, Agustus 2022

ISBN: 978-623-88184-0-2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

All right reserved

Isi di luar tanggung jawab penerbit.

Pengantar Pakar

Dr. Ngalimun, M.Pd., M.I.Kom

Universitas Muhammadiyah Banjarmasin

Komunikasi interpersonal biasa terjadi pada orang-orang yang memiliki latar belakang yang sama. Kesamaan latar belakang akan membuat komunikan dan komunikator merasa cocok. Ciri komunikasi interpersonal yang paling menonjol adalah efek perubahan sikap. Hal ini terjadi di antaranya karena komunikasi interpersonal dilakukan secara tatap muka, berada dalam jarak dekat. Baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis, dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu. Peserta komunikasi juga dapat berupaya meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan sehingga pada akhirnya dapat mengubah sikap lawan bicara seperti yang dikehendaki.

Komunikasi interpersonal dapat diindikasikan bahwa dalam teknik presentasi juga terdapat kegiatan komunikasi interpersonal. Alasannya adalah karena dalam teknik presentasi arus pesan dua arah, konteks komunikasi juga dua arah. Tingkat umpan balik yang terjadi dalam presentasi juga cukup tinggi, efek yang ditimbulkan adalah adanya perubahan sikap.

Daftar Isi

Pengantar Pakar	v	E. Tahapan Komunikasi Persuasif	55
Kata Pengantar	ix	F. Teknik-teknik Persuasif	58
Daftar Isi	xii	G. Daya Tarik Pesan	60
Bagian 1: Komunikasi Interpersonal	1	BAGIAN 4: BERBICARA	63
A. Apa Itu Komunikasi Interpersonal?	1	A. Berbicara	63
B. Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal	10	B. Tujuan Bicara dan jenis Bicara	65
C. Karakteristik Komunikasi Interpersonal	12	C. Keterampilan Berbicara	68
D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal	15	D. Ciri-Ciri Keterampilan Berbicara	70
E. Kompetensi dan Kecakapan Komunikasi Interpersonal	21	E. Tujuan Keterampilan Berbicara	71
F. Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal	24	F. Cara Meningkatkan Keterampilan Berbicara	75
G. Sifat-sifat Komunikasi interpersonal	28	G. Hambatan-Hambatan Dalam Kemampuan Berbicara	76
H. Hubungan Interpersonal yang Efektif	30	H. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keterampilan Berbicara	78
I. Faktor-Faktor Menumbuhkan Komunikasi Interpersonal	33	I. Berbicara dengan Bahasa Tubuh	79
BAGIAN 2: POLA KOMUNIKASI EFEKTIF	35	BAGIAN 5: KOMUNIKASI PUBLIK	89
A. Pengertian Pola Komunikasi	35	A. Komunikasi Publik	89
B. Pola-pola Komunikasi	37	B. Karakteristik Komunikasi Publik	90
C. Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi	40	C. Persiapan Berbicara di Depan Umum	91
D. Komunikasi Efektif	40	D. Tindak Tutur	94
E. Fungsi dan Proses Komunikasi Efektif	43	E. Kontak Mata, Vokalik, Ketepatan dan Perencanaan	95
BAGIAN 3: KOMUNIKASI PERSUASIF	47	F. Keberanian Berbicara	97
A. Komunikasi Persuasif	47	G. Model Komunikasi One Way Communication	101
B. Sifat dan Strategi Persuasif	51	H. Model Komunikasi Satu Arah	104
C. Prinsip-prinsip Persuasif	53	BAGIAN 6: PIDATO	109
D. Teori-teori Persuasif	54	A. Pidato	109
		B. Jenis Pidato	112
		C. Teknik Berpidato	116
		D. Prinsip 3V (Vokal, Verbal dan Visual)	119
		E. Langkah-Langkah Efektif Terampil Berpidato	120
		BAGIAN 7: ETIKA DAN KEPRIBADIAN BERKOMUNIKASI	129
		A. Hakikat Etika	129
		B. Etiket	130
		C. Etika dalam Konteks Komunikasi	132
		D. Kepribadian	134
		E. Introvert	137
		F. Ekstrovert	139

Komunikasi Antarpribadi

G. Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert	140
BAGIAN 8: THE SHOW AND PERFORMANCE.....	143
A. Presentasi.....	143
B. Teknik Penguasaan Pesan	148
C. Teknik Penyampaian Pesan	149
D. Pendukung Keberhasilan dalam Presentasi	155
E. Teknik Penutupan Presentasi	158
Daftar Pustaka	160
Tentang Penulis	166

Komunikasi Interpersonal

Bagian 1

A. Apa Itu Komunikasi Interpersonal?

Definisi konseptual komunikasi adalah usaha untuk menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang lain. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam komunikasi ini memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampaian pesan dan penerimanya yaitu komunikator dan komunikan.

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian seseorang terhadap orang lain.¹

R. Wayne Pace (1979) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau communication interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung.²

Menurut Johnson, secara luas komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun non verbal yang ditanggapi oleh orang lain. Setiap bentuk tingkah laku mengungkapkan pesan tertentu, sehingga juga merupakan bentuk komunikasi. Sedangkan secara sempit komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang kepada satu atau lebih penerima dengan maksud sadar untuk memengaruhi tingkah laku si penerima.³

Joseph A. Devito mengartikan *the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*/Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa umpan balik seketika.⁴

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 9

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal.32

³ A. Supratiknya, *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antar Pribadi* (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hal. 30.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2003) hal. 59-60

Komunikasi personal adalah komunikasi langsung antara dua atau tiga orang dalam kedekatan fisik, dalam hal ini seluruh panca indra dapat dimanfaatkan dan umpan baiknya segera terlihat.⁵

Bochner (1978), komunikasi antarpribadi merupakan proses penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.⁶

Everett M. Rogers mengartikan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi.⁷ Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*).⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian pesan antara dua orang atau kelompok kecil secara langsung baik itu pesan verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan *feedback* secara langsung.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar per-orangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Komunikasi interpersonal ini adalah terjadi ketika seseorang (komunikator) mengirimkan stimuli (biasanya simbol-simbol verbal) untuk mengubah tingkah laku orang

⁵ Reed H. Blake dan Edwin O. Haroldson, *Taksonomi konsep Komunikasi*, Terj. Hasan Bahanan (Surabaya: Papyrus, 2003), hal. 30

⁶ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2010), hal.252.

⁷ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2008), hal. 35

⁸ W. A. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Askara, 1993), hal.8

lain (komunikasikan) dalam sebuah peristiwa komunikasi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Seperti komunikasi secara umum yang memiliki ciri-ciri tertentu, komunikasi interpersonal juga memiliki ciri dan karakteristik yang lebih khusus. Di antaranya arus pesan dua arah, dilakukan secara tatap muka serta umpan balik segera. Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekadar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak.

Dalam komunikasi proses komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.⁹ Biasanya proses komunikasi ini dilakukan dalam bentuk antarpribadi yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator mengirim pesan kepada komunikan. Di sini komunikator menjadi *Encoder* (pengirim) dan komunikan menjadi *Decoder* (penerima). Akan tetapi komunikasi antarpribadi bersifat dialogisme, maka terjadilah pertukaran pesan, di mana komunikator menjadi *Decoder* (penerima) sementara komunikan menjadi *Encoder* (pengirim). dalam komunikasi antarpribadi, karena situasinya adalah tatap muka (*face to face communication*) berbeda dengan komunikasi bermedia, di mana umpan balik tertunda (*delayed feedback*).¹⁰

⁹ Eriana Hasan, *Komunikasi Pemerintahan* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005), hal. 20.

¹⁰ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 15.

Encoding-Decoding Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan-pesan yang akan disampaikan diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata atau simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan-pesan yang *decoding*. Kemudian komponen saluran dalam diterima, disebut juga sebagai komunikasi interpersonal berfungsi sebagai media di mana dapat menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan atau informasi. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media massa.

Komunikasi interpersonal paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi interpersonal memfokuskan dan mengirimkan serta mengirimkan pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. pesan dapat berbentuk verbal (seperti kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang yang bukan bahasa dinamakan lambang nonverbal (*nonverbal symbol*). Komunikasi verbal sendiri terdiri dari bahasa lisan (*spoken word*) dan bahasa tertulis (*written word*) sedangkan komunikasi nonverbal di antaranya meliputi nada suara (*tone of voice*), desah (*sighs*), jeritan (*screams*), kualitas vokal (*vocal qualities*), isyarat (*gesture*), gerakan (*movement*), penampilan (*appearance*), dan ekspresi wajah (*facial expression*).¹¹

Pada arus komunikasi cenderung dua arah yang dimaksud adalah komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah.

¹¹ S. Djuarsa Senjaya, *Teori Komunikasi* (Jakarta :Universitas Terbuka, 1994), hal. 228.

Komunikasi Antarpribadi

Menurut psikologi humanistik, pemahaman interpersonal terjadi melalui *self disclosure*, *feedback*, dan *sensitivity to the disclosure of other*. Kesalahpahaman dan ketidaktepatan dalam suatu jalinan antarpribadi diakibatkan oleh ketidakjujuran, tidak adanya keselarasan antara tindakan dan perasaan, serta terhambatnya pengungkapan diri.

2. Sikap Supportif

Adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal gagal, karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam komunikasi dibandingkan memahani pesan orang lain.

3. Sikap Terbuka

Sikap ini amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Dengan komunikasi yang terbuka diharapkan tidak akan ada hal-hal yang tertutup, sehingga apa yang ada pada diri suami juga diketahui oleh istri, demikian sebaliknya. Dengan sikap saling percaya dan supportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal. Walaupun berkomunikasi merupakan salah satu kebiasaan dengan kegiatan sepanjang kehidupan, namun tidak selamanya akan memberikan hasil seperti yang diharapkan.

Pola Komunikasi Efektif

Bagian 2

A. Pengertian Pola Komunikasi

Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap, sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang di sampaikan. Komunikasi juga dapat diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami; hubungan; kontak. Dengan demikian pola komunikasi adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami.²²

²² Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal 1

Menurut Abdillah Hanafi, kita adalah binatang yang berkomunikasi, komunikasi meliputi segala yang kita lakukan. Dalam keadaan apa pun manusia tidak luput dari komunikasi.²³

Komunikasi dapat berlangsung jika terdapat sejumlah komponen atau unsur di bawah ini, yaitu:

- Komunikator: orang yang menyampaikan pesan
- Pesan: pernyataan yang didukung oleh lambang
- Komunikan: orang yang menerima pesan
- Media: sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
- Efek: dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Menurut Djamarah komponen komunikasi ada lima yaitu komunikator, komunikan, pesan yang disampaikan, konteks (setting atau lingkungan yang kondusif) dan sistem penyampaian.²⁴ Yang membedakan antara dua pendapat tentang komponen tersebut adalah terletak pada media dan konteks. Menurut Djamarah media tidak termasuk komponen komunikasi, tetapi lingkungan atau situasi yang mendukung merupakan hal yang dibutuhkan dalam proses komunikasi.

Dari komponen-komponen di atas, yang lebih penting lagi adalah efek dari proses terjadinya komunikasi, bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Karena ini adalah tujuan dari proses komunikasi. Dampak yang ditimbulkan di antaranya adalah: dampak kognitif, afektif dan behavioral.

²³ Abdillah Hanafi, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1984), hal 11-13

²⁴ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal 114-15

Dampak kognitif adalah yang timbul dari komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualnya. Dampak afektif lebih tinggi daripada dampak kognitif, yaitu komunikan tidak hanya sekadar mengetahui, namun tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu. *Dampak behavioral* adalah dampak yang paling tinggi kadarnya, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

B. Pola-pola Komunikasi

1. Pola Komunikasi Primer

Komunikasi adalah proses simbolik, salah satu kebutuhan pokok manusia, simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.²⁵

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek maknanya di sepakati

²⁵ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 92

bersama, misalnya memasang bendera bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada Negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Komunikasi Primer Merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu symbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang nonverbal. Lambang verbal yaitu bahas sebagai lambang verbal yaitu paling banyak dan paling sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.²⁶

Lambang nonverbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, tangan. Selain itu gambar juga sebagai lambang komunikasi nonverbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

²⁶ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), hal. 33

Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga memengaruhi Harold D. Lasswell, se-orang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.

3. Pola Komunikasi Linear

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.²⁷

4. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi di sini ialah tata cara berkomunikasi agar mampu tercipta komunikasi yang baik dengan proses penyampaian pesan antara komunikan dengan komunikator, baik secara verbal maupun nonverbal, antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang

²⁷ Dasrun Hidayat, *Komunikasi Abtarpribadi dan Meditanya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 43

- yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Dengan demikian, *decoding* adalah proses memahami pesan.
6. Umpan balik. Setelah penerima pesan dan memahaminya, komunikator memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, komunikator dapat mengevaluasi efektifitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru, sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

Komunikasi Persuasif

Bagian 3

A. Komunikasi Persuasif

Teori persuasif merupakan teori dalam komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau memengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga agar bertindak sesuai apa yang diharapkan oleh komunikator, pada intinya teori persuasif lebih menekankan untuk mempengaruhi komunikannya.

H. A. W. Widjaja mengungkapkan pengertian komunikasi persuasif adalah: "*Komunikasi persuasif berasal dari istilah persuasion (Inggris). Sedangkan istilah persuasion itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin "persuasio", kata kerjanya adalah to persuade, yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.*"³³

³³ Widjaja. H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal.66

Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain. Hal ini ditegaskan oleh H. A. W. Widjaja yang mengatakan bahwa: "Komunikasi persuasif ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan."³⁴

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Hal tersebut diungkapkan Suranto A.W, bahwa "Dalam kegiatan persuasif tersebut, seseorang atau sekelompok orang yang dibujuk diharapkan sikapnya berubah secara suka rela dengan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterimanya".³⁵

Persuasi sebagai proses komunikasi bertujuan untuk memperoleh respon dengan pesan-pesan verbal dan non-verbal dilakukan secara halus dan manusiawi agar komunikan melaksanakan sesuatu dengan senang hati. Hal tersebut ditegaskan Ronald L. A. dan Karl W. E. Anatol yang dikutip dan diterjemahkan oleh Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara: *Persuasi adalah sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan nonverbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati.*³⁶

³⁴ Widjaja, H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal.67

³⁵ Suranto A. W. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), hal.116.

³⁶ Dedy Djamiluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT

Hal ini senada dengan Suranto A. W. yang mengungkapkan bahwa: *Persuasi merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun non-verbal, yang dilakukan dengan cara membujuk.*³⁷

Persuasi merupakan teknik memengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau dengan menggunakan data dan fakta secara psikologis maupun sosiologis dari receiver yang hendak dipengaruhi. Untuk itu, seorang komunikator harus memiliki pengetahuan yang luas tentang kebudayaan receiver. Tanpa pengetahuan tersebut, pesan hanya akan tercapai sedikit atau bahkan tidak tercapai.³⁸

Melalui bukunya Rhetorica (dalam Keraf, judul buku *Argumentasi dan Narasi*, 1994), Aristoteles mengajukan tiga syarat yang harus dipenuhi untuk mengadakan persuasi. Pertama, watak dan kredibilitas pembicara. Kedua, kemampuan pembicara dalam mengendalikan emosi para hadirin. Ketiga, bukti-bukti atau fakta yang diperlukan untuk membuktikan suatu kebenaran.³⁹

Menurut Webster (dalam Sandell, judul buku *Linguistic Style and Persuasion* 1977), persuasi adalah suatu cara untuk memengaruhi pikiran orang dengan melalui argumentasi dan alasan.⁴⁰ Berdasarkan pengertian ini, dapat dilihat bahwa persuasi juga sangat berkaitan dengan argumentasi. Dalam hal ini, argumentasi menjadi salah satu cara untuk mempersuasi.

Remadja Rosdakarya, 1994), hal.51.

³⁷ Suranto A. W. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), hal.116.

³⁸ Susanto, Phil A S. *Komunikasi: dalam Praktek dan Teori*. (Bandung: Bina Cipta, 1977), hal. 17-18

³⁹ Keraf, Gorys. *Argumentasi dan Narasi*. (Jakarta: Erlangga, 1994.), hal. 121

⁴⁰ Sandell, R. G. *Linguistic Style and Persuasion*. (London: Academic Press, 1977), hal.70

Argumentasi adalah usaha untuk membuktikan suatu kebenaran dalam proses penalaran seorang komunikator. Dalam argumentasi, semakin banyak fakta yang digunakan, semakin kuat pula kebenaran yang dipertahankan. Penyampaian fakta seefektif mungkin akan membantu seorang komunikator dalam memengaruhi penerima pesan.⁴¹

Keberhasilan persuasi sangat tergantung oleh hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional. Hal ini ditegaskan oleh Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara: *Keberhasilan persuasi ditentukan oleh terbentuknya hubungan antara sasaran persuasi dan faktor motivasional, yaitu: hubungan kontigensi (argumentasi sebab-akibat), hubungan kategorisasi (bagian dari keseluruhan argumentasi), persamaan (argumentasi dengan analogi), dan konsidental (hubungan yang dipandang dari kebiasaan).*⁴²

Pada umumnya sikap-sikap individu atau kelompok yang hendak di pengaruhi ini terdiri dari tiga komponen, yakni:

- Kognitif: merupakan perilaku di mana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang di perkenalkan.
- Afektif: merupakan perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan suka atau tidak suka pada obyek.
- Konatif: merupakan perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu terhadap obyek.

Sementara itu Gary Cronkhite dalam Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara memperkenalkan lima macam argument yang cenderung membentuk hubungan antara motivasi dengan objek persuasi, hubungan ini mencakup:

- Kontigensi (kemungkinan) argument (sebab-akibat),
- Kategorisasi (penggolongan) bagian dari argument yang lengkap,
- Persamaan (argument perbandingan),
- Approval (alasan berdasarkan kesaksian),
- Kejadian yang tidak disengaja (hubungan 'merasa' yang berasal dari konteks biasa)⁴³

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang verbal) untuk memengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang lain/kelompok orang (komunikan) dengan cara membujuk.

Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri.

B. Sifat dan Strategi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. Istilah persuasif bersumber dari bahasa latin yaitu "persuasion" yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.⁴⁴ Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat di-pengaruhi.

⁴¹ Gorys Keraf, *Komposisi*. (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 119-120

⁴² Dedy Djamiluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 52.

⁴³ Dedy Djamiluddin Malik, dkk. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 47.

⁴⁴ Wahyu Haihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 125

Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasif yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah. Komunikasi yang bersifat persuasif memiliki tiga ciri utama, yaitu:

1. Persuasi digunakan agar petutur mengalami perubahan sikap, perilaku, kepercayaan, serta untuk menamakan opini baru sesuai dengan harapan penutur.
2. Persuader (orang yang melakukan persuasi) membangun suasana komunikasi yang menyenangkan dan sesuai dengan keinginan petutur.
3. Elemen linguistik dan cara penyajiannya memengaruhi berhasil tidaknya persuasi, seorang persuader (orang yang mempersuasi) mengkomunikasikan atau menuturkan tuturan-tuturan yang dirasakan memiliki dampak persuasif bagi pendengarnya.⁴⁵

Komunikasi persuasif berusaha memengaruhi individu melalui terpaan pesannya, sehingga dapat didefinisikan pesan yang dimaksudkan untuk mengubah pendapat, sikap, kepercayaan, atau perilaku individu maupun organisasi.⁴⁶

Ada tiga strategi dalam persuasi, yaitu:

1. Menggunakan silogisme logis dengan premis utama (kebenaran yang diasumsikan sebagai pengakuan mutlak). Melalui silogisme ini dapat disimpulkan penutur tengah membawa pendengarnya pada keyakinan bahwa pernyataan ini bersifat mutlak.
2. Persuasi presentasional, penggunaan elemen bahasa untuk membuat tagihan

⁴⁵ Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Rosda Karya. 2005), hal. 47. 151

⁴⁶ Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2007), hal. 104

3. Menciptakan analogi antara situasi yang terdahulu dengan peristiwa yang baru muncul.⁴⁷

C. Prinsip-prinsip Persuasif

Menurut Littlejohn dan Jabusch yang dikutip oleh Joseph A. Devito mengungkapkan bahwa prinsip persuasif terdiri dari⁴⁸:

1. Prinsip Pemaparan Selektif (*Selective Exposure Principle*).

Para pendengar (seluruh khalayak) mengikuti hukum pemaparan selektif. Hukum ini setidaknya memiliki dua bagian.

- a. Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.
- b. Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan berhasil bila khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi. Implikasinya, persuasif adalah proses transaksional. Proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar.

⁴⁷ Johnstone, Barbara. *Discourse Analysis*. (Massachussets: Blacwell Publisher. 2002), hal. 2

⁴⁸ A. Devito, Joseph. *Komunikasi Antarmanusia*. (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group. 2010), hal.447

Imbauan pesan terdiri dari imbauan eksplisit dan implisit. Imbauan pesan secara eksplisit berarti komunikator mengemukakan pesan dan kesimpulan secara jelas atau secara tersurat. Maksud pesan adalah sama seperti bunyi pesan itu sendiri. Sedangkan imbauan implisit berarti tidak menunjukkan kesimpulan yang jelas. Makna pesan secara tersirat saja tergambar dalam uraian pesan. Dengan demikian imbauan eksplisit lebih cocok diberikan kepada komunikan yang tingkat pendidikannya relatif rendah sedangkan imbauan implisit dapat diberikan kepada komunikan dengan tingkat pendidikan relatif tinggi.⁵⁷ Oleh karena itu untuk memperoleh pesan yang tepat dan mengena, sebelum disampaikan pesan terlebih dahulu dirumuskan untuk memenuhi syarat-syarat tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa melalui berbagai cara imbauan pesan, komunikator diharapkan dapat memengaruhi sikap dan kecenderungan perilaku komunikan sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan komunikan.

⁵⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remadja Rosdakarya, 2005), hal.298-301

Berbicara

Bagian 4

A. Berbicara

Berbicara adalah bercakap, berbahasa, mengutarakan isi pikiran, melisankan sesuatu yang dimaksudkan.⁵⁸ Berbicara adalah karunia yang telah diterima sejak lahir. Menangis, tertawa, teriak merupakan bentuk berbicara yang telah dilakukan sejak bayi. Saat meyakini bahwa ketrampilan dan kemampuan berbicara berkurang, satu-satunya cara untuk memperbaikinya adalah dengan berlatih secara terus-menerus dan mencoba untuk berani tampil diberbagai forum atau media yang memungkinkan.⁵⁹

Sedangkan Djagon Tarigan mengungkapkan bahwa berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan

⁵⁸ Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2007), hal.165.

⁵⁹ Bayu Krisna, *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Berbicara*, (Jakarta: Tangga Pustaka, 2003) hal. 3

serta menyampaikan pikiran, gagasan dan perasaan.⁶⁰ Pendapat lain diungkapkan Nuraeni bahwa berbicara merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide atau gagasan dari komunikasi sebagai pendengar.⁶¹

Berbicara merupakan ungkapan pikiran dan perasaan seseorang dalam bentuk bunyi-bunyi bahasa. Kemampuan berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau mengucapkan kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan, menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan. Pendengar menerima informasi melalui rangkaian nada, tekanan, dan penempatan persendian. Jika komunikasi berlangsung secara tatap muka, berbicara ini dapat dibantu dengan mimik dan pantomimik pembicara.

Beberapa prinsip umum yang mendasari kegiatan berbicara, antara lain:

1. Membutuhkan paling sedikit dua orang;
2. Mempergunakan suatu sandi linguistik yang dipahami bersama;
3. Menerima atau mengakui suatu daerah referensi umum;
4. Merupakan suatu pertukaran antara partisipan;
5. Menghubungkan setiap pembicara dengan yang lainnya dan kepada lingkungannya dengan segera;
6. Berhubungan atau berkaitan dengan masa kini;
7. Hanya melibatkan aparat atau perlengkapan yang berhubungan dengan suara atau bunyi bahasa dan pendengaran;
8. Secara tidak pandang bulu menghadapi serta memperlakukan apa yang nyata dan apa yang diterima sebagai dalil

B. Tujuan Bicara dan Jenis Bicara

Tujuan utama berbicara adalah untuk berkomunikasi kelompok dengan jalan menyampaikan konsep-konsep umum, menciptakan suatu kesatuan lambang-lambang yang membedakannya dari kelompok-kelompok lain, dan menetapkan suatu tindakan tersebut. Lebih jauh lagi, berbicara merupakan suatu bentuk perilaku manusia yang memanfaatkan faktor-faktor fisik, psikologis, neurologis, semantik, dan linguistik. Secara luas dapat dianggap sebagai alat manusia yang paling penting bagi control sosial. Mulgrave menyatakan bahwa kemampuan berbicara menunjukkan perlunya pengaturan bahan bagi penampilan lisan, perlu penganalisisan pemirsa, penyesuaian ide-ide dan susunannya bagi para pendengar, perlunya ekspresi yang jelas dan efektif komunikasi dengan kelompok.⁶²

Komunikasi adalah proses hal yang mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau bisa dikatakan mengubah perilaku. Demikian dikatakan Everett M. Rogers menekankan bahwa dalam komunikasi ada sebuah proses pengoperan (pemrosesan) ide, gagasan, lambing, dan di dalam proses itu melibatkan orang lain.⁶³ Semua tindakan yang menyampaikan pesan adalah komunikasi. Ada banyak cara untuk berkomunikasi, tetapi cara yang paling baik adalah melalui berbicara. Sangat penting untuk mempelajari cara mengungkapkan pendapat dan perasaan dengan baik. Jika tidak efektif dalam mengekspresikan diri sendiri, maka dapat terjadi miss communication. Banyak masalah dan kesalahpahaman terjadi akibat salah menafsirkan perkataan seseorang.⁶⁴

⁶² Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Ketrampilan Berbahasa*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal. 16

⁶³ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) , hal. 26

⁶⁴ Dayu Pratyahara, *Fearless Publik Speaking Berpidato dan*

⁶⁰ Djagon Tarigan, *Berbicara*, (Bandung: PT. Angkasa, 1998), hal. 15.

⁶¹ Nuraeni, *Pembelajaran Bahasa Indonesia SD dan Apresiasi Budaya dan Sastra Indonesia*, (Yogyakarta: PT. BPG, 2002), hal.87.

Jika Tujuan utama berbicara adalah untuk berkomunikasi. Maka untuk dapat menyampaikan isi pikiran secara efektif, maka seharusnya pembicara memahami makna segala sesuatu yang ingin disampaikan, pembicara harus mengevaluasi efek komunikasinya terhadap pendengarnya. Tujuan umum berbicara ada empat bagian yaitu:

1. Menghibur

Berbicara untuk menghibur berarti pembicara menarik perhatian pendengar dengan cara seperti humor, spontanitas, kisah-kisah jenaka, petualangan dan sebagainya untuk menimbulkan suasana gembira pada pendengarnya.

2. Menginformasikan

Berbicara untuk tujuan menginformasikan atau melaporkan dilakukan bila seseorang ingin:

- a. Menjelaskan suatu proses
- b. Menguraikan, menafsirkan atau menginterpretasikan suatu
- c. Memberikan, menyebarkan atau menambahkan pengetahuan
- d. Menjelaskan keterkaitan dengan suatu hal

3. Menstimulasikan

Berbicara untuk menstimulasikan jauh lebih kompleks dari tujuan berbicara lainnya. Sebab berbicara harus pandai merayu memengaruhi atau meyakinkan pendengarnya. Hal tersebut dapat tercapai jika pembicara benar-benar mengetahui kemauan, minat inspirasi, kebutuhan, dan cita-cita pendengarnya.

Berpresentasi Tanpa Rasa Takut, (Yogyakarta: New Diglossia, 2011), hal. 7-8

4. Menggerakkan

Dalam berbicara untuk mendengarkan diperlukan pembicara yang wibawa, sebagai panutan atau tokoh idola masyarakat. Melalui kepandaiannya dalam berbicara, kecakapan memanfaatkan situasi ditambah penguasaannya terhadap jiwa, maka pembicara dapat menggerakkan masa pendengarnya.

Berbicara dibagi menjadi dua jenis, yaitu berbicara di muka umum dan berbicara pada konferensi.⁶⁵ Beberapa kegiatan berbicara dapat diuraikan ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:

1. Berbicara di muka umum pada masyarakat (*public speaking*) yang mencakup empat jenis, yaitu:

- a. Berbicara dalam situasi-situasi yang memberitahukan atau melaporkan yang bersifat informasi (*informative speaking*)
- b. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat kekeluargaan atau persahabatan (*fellowship speaking*)
- c. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat membujuk, mengajak, mendesak, dan meyakinkan (*persuasive speaking*)
- d. Berbicara dalam situasi-situasi yang bersifat merundingkan dengan tenang dan hati-hati (*deliberative speaking*).

2. Berbicara dalam konferensi (*conference speaking*) yang meliputi:

⁶⁵ Henry Guntur Tarigan, *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbicara*, (Bandung: Angkasa, 2008), hal.24.

- d. *Regulators*, adalah gerakan nonverbal yang mengontrol kecepatan gerakan ketika berkomunikasi. Contoh dari regulator misalnya melihat jam tangan ketika bosan dan pergi meninggalkan seseorang saat mengobrol ketika ingin menghentikan pembicaraan.
- e. *Adaptors*, adalah gerakan yang mungkin dilakukan pada waktu yang privasi tapi hanya sebagian dilakukan pada saat berada di depan publik. Seperti misalnya mengupil pada saat sendirian dan ketika berada di ruang publik, yang dilakukan hanya mengusap hidung.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *gesture* memiliki berbagai macam kategori-kategori gerakan untuk membedakan maksud dari gerakan-gerakan yang kita keluarkan pada saat berkomunikasi agar lawan bicara kita dapat merespon dengan baik maksud dan tujuan kita.

Komunikasi Publik

Bagian 5

A. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media.⁸⁸ Pengertian lain mengatakan bahwa komunikasi publik merupakan suatu komunikasi yang dilakukan di depan banyak orang. Dalam komunikasi publik pesan yang disampaikan dapat berupa suatu informasi, ajakan, gagasan. Sarananya, bisa media massa, bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik. Yang pasti, Komunikasi Publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien.

⁸⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hal. 7.

Komunikasi publik sering juga disebut dengan komunikasi massa. Namun, komunikasi publik memiliki makna yang lebih luas dibanding dengan komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang lebih spesifik, yaitu suatu komunikasi yang menggunakan suatu media dalam menyampaikan pesannya.⁸⁹

B. Karakteristik Komunikasi Publik

Ciri-ciri komunikasi public yang membedakan dengan komunikasi yang lainnya adalah:

1. Satu pihak (pendengar) cenderung lebih pasif. Dalam khotbah Jumat, jamaah merupakan pendengar yang sifatnya pasif yang hanya menerima pesan dari komunikator/khotib.
2. Interaksi antara sumber dan penerima terbatas. Dalam khotbah Jumat, khotib dan jamaah tidak dapat melakukan interaksi yang lebih intens lebih dari sekadar sebagai speaker dan listener.
3. Umpan balik yang diberikan terbatas. Dalam khotbah Jumat, umpan balik yang diberikan oleh jamaah tidak sekompleks umpan balik yang diberikan dalam komunikasi interpersonal, dalam khotbah Jumat jamaah dilarang berbicara sehingga hal tersebut membuat jamaah tidak dapat memberikan umpan balik yang banyak.
4. Dilakukan di tempat umum seperti di kelas, auditorium, tempat ibadah. Khotbah Jumat dilakukan di tempat public berupa masjid sebagai tempat ibadah umat Islam.
5. Dihadiri oleh sejumlah besar orang. Khotbah Jumat di masjid dihadiri oleh banyak orang.

⁸⁹ Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi* (Jakarta : Salemba Humanika, 2008) hal. 5.

6. Biasanya telah direncanakan. Khotbah Jumat merupakan agenda yang telah direncanakan sebelumnya, sebagai ibadah rutin yang dilaksanakan setiap hari Jumat.
7. Sering bertujuan untuk memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan dan membujuk.

C. Persiapan Berbicara di Depan Umum

Berbicara di depan umum bukanlah sesuatu yang sulit untuk dilakukan. Seperti halnya saat berbicara dengan teman-teman di kelas. Sebenarnya yang menjadi kunci keberhasilan dalam berbicara adalah sebuah mental dan emosi yang perlu dikuasai dengan baik saat berbicara dengan orang lain. Hal yang perlu diperhatikan saat berbicara di depan publik adalah mental dan bahasa. Beberapa langkah yang mungkin tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan saat berbicara di depan publik sebagai berikut:

1. Menjadi diri sendiri

Memang, tidak ada yang lebih baik selain menjadi diri sendiri. Dikarenakan sebaik apa pun meniru gaya bicara orang lain tidak akan sebaik jika berbicara dengan menggunakan gaya sendiri. Berbicara dengan gaya diri sendiri merupakan gaya yang paling baik dan sempurna. Jika mendapat kekurangan dalam diri dan itu menjadi salah satu alasan untuk mengubah diri untuk meniru gaya orang lain, maka perlu dilakukan adalah memperbaiki.

2. Memperhatikan sikap dan tubuh

Bahasa tubuh adalah bahasa universal yang lebih dapat dipahami kolega. Gerakan tubuh yang luwes, sesuai intonasi, titik, koma ataupun saat penekanan-penekanan yang tepat dalam berbicara merupakan langkah dasar untuk me-

tarik perhatian semua yang hadir dalam presentasi. Sikap tubuh yang tegas dan penuh keyakinan akan membuat audiens yakin dengan apa yang disampaikan. Selain itu, sikap tubuh yang sempurna dapat membuat aura tubuh semakin terlihat baik. Dengan adanya tubuh yang tenang dapat membantu untuk berbicara lebih komunikatif dan lancar.

3. Menjaga pandangan

Sebenarnya daya tarik seseorang terletak pada pandangan mata. Pandangan mata yang jernih dan tajam adalah salah satu kunci daya tarik yang baik. Pandangan mata juga yang dapat menarik perhatian para audiensi. Akan tetapi, bukan berarti harus melotot agar terlihat menarik bisa-bisa malah melarikan diri gara-gara takut. Jika merasa takut dan ragu untuk memandangi secara langsung, maka jangan sampai memalingkan mata dan muka untuk memandangi kearah lain. Jadi, sebisa mungkin harus dapat menekan rasa ketakutan tersebut. Perlu diingat bahwa sebisa mungkin harus dapat menguasai emosi dan rasa takut.

4. Tersenyum

Orang senyum adalah salah satu bahasa yang gampang dipahami entah itu bermaksud marah, sedih, sebal, kecewa atau benar-benar bahagia. Tersenyum dalam berbicara juga merupakan salah satu bentuk keramahan yang perlu diberikan kepada audiens. Tersenyum adalah sesuatu yang sederhana dan ringan, tetapi memiliki banyak makna.

5. Tidak boleh panik

Jangan pernah panik saat melakukan sesuatu hal yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Apalagi saat berhadapan dengan orang-orang yang belum pernah ditemui sebelumnya.

Misalnya, saat presentasi yakinlah terhadap diri sendiri bahwa bisa melakukan semua dengan baik. Apabila dihadapi dengan banyak pertanyaan-pertanyaan yang sulit untuk menjawab. Maka, langkah awal yang harus dilakukan adalah berusaha menenangkan dan menguasai diri. Jika memang merasa tidak tahu, ragu-ragu menjawab atau keterbatasan informasi yang diketahui, sebaiknya memberikan jawaban yang sifatnya tidak pasti dan kurang bisa dipertanggungjawabkan. Jadi, jawablah yang sekiranya yakin dan menguasai dengan baik.

6. Berpikiran positif

Tidak hanya ketika berbicara di depan publik saja, tetapi dalam kehidupan sehari-hari, perlu berpikir positif. Berpikir positif bahwa semua dapat kendalikan dengan baik dan lancar. Hal ini adalah kunci utama agar tidak panik. Pepatah mengatakan bahwa " *Sekitar 95% kegagalan berawal dari orang-orang yang terlalu banyak beralasan dan yang 0,5 % adalah berasal dari orang-orang tidak mau berusaha.*"

7. Percaya diri

Jangan pernah merasa tidak dapat melakukan sesuatu seperti yang orang lain lakukan. Justru pemikiran yang seperti itulah yang akan membunuh diri sendiri. Percayalah pada diri sendiri akan dapat memberikan dan melakukan yang terbaik seperti orang lain lakukan. Tanamkan dalam diri dan katakana pada diri sendiri " *I am The Master*". Anggaplah diri seperti itu, dan tidak perlu takut dan ragu lagi dengan kemampuan sendiri.

Pidato

Bagian 6

A. Pidato

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi pidato adalah pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak dengan wacana yang disiapkan untuk diucapkan di depan khalayak. Plato (427-347 SM) yang merupakan murid Sokrates berpandangan bahwa inti dari pendidikan adalah ilmu pasti dan ilmu pengetahuan pada umumnya. Menurutnya, terampil dalam berpidato penting sebagai metode pendidikan, alat mencapai kedudukan dan pemerintahan, serta untuk memengaruhi masyarakat.⁹³

Pidato pada dasarnya merupakan salah satu seni retorika. Retorika merupakan salah satu cabang ilmu kuno yang mempelajari tentang seni berbicara, yaitu ilmu yang menekankan tentang bagaimana berbicara dengan baik dan sebagaimana mestinya.

⁹³ Itsna Maharuddi, *Seni Berpidato Dalam Bahasa Inggris*, (Yogyakarta: Immortal Publisher, 2011), hal 14

Dalam retorika, seorang pembawa pesan dituntut untuk menggunakan aturan bahasa yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh penerima pesan.

Menurut Keraf, pada hakikatnya pidato termasuk seni monologika dalam keterampilan berbicara. Monologika hadir pada zaman retorika modern. Dalam ilmu retorika modern, monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog. Dalam monologika hanya satu orang yang berbicara kepada sekelompok orang. Bentuk utama monologika adalah pidato.⁹⁶

Pidato merupakan salah satu proses komunikasi, yaitu antara orator sebagai *source*/komunikator kepada pendengar sebagai *receiver*. Proses komunikasi paling tidak harus terdiri dari sumber (*source*), media (*medium*) kepada penerima (*receiver*). Sumber utama (*primary source*) dalam sebuah pesan ialah pembawa pesan itu sendiri. Disamping itu terdapat juga *secondary source*, yaitu sponsor, individu atau kelompok yang dihubungkan dalam penyampaian pesan seorang komunikator. Pesan mengacu kepada apa yang disampaikan atau diisyaratkan oleh komunikator melalui kata-kata, *gesture*, dan nada suara. Termasuk juga, posisi yang diambil, argumen-argumen dan seruan yang digunakan, urutan dan susunan materi, serta pilihan kata-kata dan syarat-syarat nonverbal yang digunakan saat berkomunikasi. Penerima merupakan faktor komunikasi dalam hak mereka sendiri. Dalam arti bahwa, setiap pendengar dapat menangkap maksud yang berbeda dan dapat mengambil kesimpulan berbeda-beda pula.⁹⁷

Penyampaian pesan secara lisan kepada kelompok massa merupakan hal yang sangat penting. Menurut Keraf (1989), seseorang yang mahir dalam berbicara dapat dengan mudah menguasai massa, karena berhasil memasarkan bahasa me-

⁹⁶ Gorys Keraf, *Komposisi*, (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 314

⁹⁷ Simons, W. Herbert. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. (New York: Random House 1976) hal. 48-51

reka sehingga dapat diterima oleh orang lain.⁹⁸ Agar sebuah pesan dapat diterima, seorang komunikator harus dapat memengaruhi penerima pesan. Persuasi merupakan proses komunikasi yang didesain untuk memengaruhi orang lain dengan memodifikasi apa yang mereka percayai, nilai-nilai, dan dapat mengubah tingkah laku.⁹⁷

Windes (dalam Sandell, 1977) mengemukakan bahwa pidato yang efektif ialah pidato yang menghasilkan *force* (kekuatan), *directness* (keterusterangan), *fresness* (kesegaran), dan *interest* (ketertarikan). Kekuatan dan keterusterangan tampak pada kalimat yang sederhana, bentuk pidato, adanya perumpamaan, penyajian dengan cara yang berbeda, repetisi, seperangkat alat retorik (pertanyaan tanpa jawaban), pertanyaan dengan jawaban, personifikasi dan penggunaan kata ganti, dan lain lain. Selain itu juga memiliki seperangkat alat stilistik yang secara langsung digunakan oleh pembicara untuk menciptakan *fresness* dan *interest* seperti humor, ironi, satir, perumpamaan, paradoks, hiperbola, dan lain lain.⁹⁸

Dari beberapa pengertian diatas, dapat kita pahami bahwa inti dari pidato adalah seni berbicara dihadapan massa, audiens, atau orang banyak dengan berbagai maksud dan tujuan. Hakikat keterampilan berpidato adalah keterampilan berbicara di depan umum dalam komunikasi satu arah atau dua arah dan pengungkapan gagasan yang disampaikan dengan persiapan yang matang meliputi penguasaan materi dan kesiapan mental

⁹⁶ Keraf, Gorys. *Komposisi*. (Flores: Nusa Indah, 1989), hal. 314

⁹⁷ Simons, W. Herbert. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. (New York: Random House 1976) hal. 17-18

⁹⁸ Sandell, R. G. *Linguistic Style and Persuasion*. (London: Academic Press. 1977), hal.75

B. Jenis Pidato

1. Pidato Politik

Tujuan umum pidato politis pada umumnya bukan mengajar, tetapi memengaruhi; bukan meyakinkan, tetapi membara semangat. Seorang pembicara politis yang baik harus sanggup membimbing massa untuk mengambil keputusan, meskipun hanya dengan menggunakan kata-kata. Jenis pidato politis yang lazim dibawakan adalah pidato kenegaraan, pidato parlemen, pidato perayaan nasional, pidato demonstrasi, dan pidato kampanye.

2. Pidato Khusus

Suasana pertemuan semacam ini pada umumnya akrab, sebab para peserta sudah saling mengenal. Bentuk pidato yang dibawakan biasanya disebut kata sambutan, lamanya antara 3-5 menit. Pidato ini lebih diarahkan untuk menggerakkan hati pendengar. Jenis pidato yang dibawakan pada kesempatan ini adalah pidato ucapan selamat datang, pidato untuk memberi motivasi, pidato ucapan syukur, pidato pembukaan, dan pidato penutup.

3. Pidato Resmi

Pidato ini tergolong dalam suasana resmi yang berdurasi singkat meskipun disampaikan secara bebas. Bentuk pidato ini juga disebut kata sambutan. Sasarannya lebih untuk menggerakkan perasaan dan bukan untuk menanamkan pengertian rasional. Jenis pidato yang dibawakan pada kesempatan ini adalah pidato HUT, pidato pernikahan, pelantikan, pidato pesta perak, dan pesta emas.

4. Pidato Pertemuan Informatif

Pidato yang dibawakan pada kesempatan ini juga bersifat sungguh-sungguh, ilmiah, objektif, dan rasional. Konsentrasi pembeberannya lebih pada penalaran rasional. Jenis-jenis pidato informatif adalah kuliah, ceramah, referat/makalah, pengajaran, wejangan informatif.⁹⁹

Ada sembilan hal yang mencirikan pidato yang dianggap baik, yakni sebagai berikut.

1. Saklik

Pidato itu saklik apabila memiliki objektivitas tinggi. Saklik juga berarti ada hubungan yang serasi antara isi pidato dengan kata-kata yang dipakai sehingga indah terdengar, tapi bukan berarti dihiasi dengan gaya bahasa yang berlebihan. Akhirnya saklek juga berarti ada hubungan yang jelas antara pembeberan masalah dengan fakta dan pendapat atau penilaian pribadi.

2. Jelas Ketentuan

Sejak zaman kuno menyatakan bahwa pembicara harus mengungkapkan pemikirannya sedemikian rupa, sehingga tidak hanya sedapat mungkin isinya dimengerti, tetapi juga jangan sampai ada kemungkinan untuk tidak dimengerti. Oleh karena itu, pembicara harus memilih ungkapan dan susunan kalimat yang tepat dan jelas untuk menghindari salah pengertian.

3. Hidup

Sebuah pidato yang baik harus hidup. Untuk menghidupkan pidato dapat dipergunakan gambar, cerita pendek, atau kejadian-kejadian yang relevan sehingga memancing perhatian pendengar. Pidato yang hidup dan menarik umumnya

⁹⁹ Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hal. 48-50

diawali dengan ilustrasi, sesudah itu ditampilkan pengertian-pengertian abstrak atau definisi.

4. Memiliki Tujuan

Setiap pidato harus memiliki tujuan (motif pidato). Tujuan ini harus dirumuskan dalam satu dua pemikiran pokok. Dalam membawakan pidato, tujuan ini hendaknya sering diulang dalam rumusan berbeda, sehingga pendengar tidak kehilangan benang merah selama mendengarkan pidato. Kalimat-kalimat yang menggambarkan tujuan dan kalimat-kalimat pada bagian penutup pidato harus dirumuskan secara singkat, jelas tapi padat. Dalam satu pidato tidak boleh disodorkan terlalu banyak tujuan dan pikiran pokok. Lebih baik disodorkan satu pikiran dan tujuan yang jelas sehingga mudah diingat, daripada sepuluh pikiran yang tidak jelas sehingga mudah dilupakan.

5. Memiliki Klimaks

Suatu pidato yang hanya membeberkan kejadian demi kejadian atau kenyataan demi kenyataan, akan sangat membosankan. Oleh karena itu, sebaiknya kenyataan atau kejadian-kejadian itu dikemukakan dalam gaya bahasa yang klimaksan. Berusahalah menciptakan titik-titik puncak dalam memperhatikan pidato untuk memperbesar ketegangan dan rasa ingin tahu pendengar. Selama masa persiapan, titik-titik puncak harus dirumuskan sebaik dan sejelas mungkin.

6. Memiliki Pengulangan

Pengulangan atau redundan itu penting, karena dapat memperkuat isi pidato dan memperjelas pengertian pendengar. Pengulangan itu juga menyebabkan pokok-pokok pidato tidak segera dilupakan. Suatu pengulangan yang dirumuskan secara baik akan memberi efek yang besar dalam ingatan para pendengar. Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa yang dimaksudkan terutama adalah pengulangan isi pesan bukan rumusan. Ini berarti isi dan arti tetap sama, tetapi dirumuskan dengan mempergunakan bahasa yang berbeda.

7. Berisi hal-hal yang mengejutkan

Sesuatu itu disebut mengejutkan adalah jika hal yang diungkapkan belum pernah ada dan terjadi sebelumnya, atau jika meskipun masalahnya biasa dan terkenal, tetapi ditempatkan dalam konteks atau relasi yang baru dan menarik. Memunculkan hal-hal yang mengejutkan dalam pidato berarti menciptakan hubungan yang baru dan menarik antara kenyataan yang dalam situasi biasa tidak dapat dilihat. Hal-hal yang mengejutkan itu dapat menimbulkan ketegangan yang menarik dan rasa ingin tahu yang besar, tetapi tidak dimaksudkan sebagai sensasi.

8. Singkat tapi Padat

Orang tidak boleh membeberkan segala soal atau masalah dalam satu pidato. Oleh karena itu, pidato harus dibatasi pada satu atau dua soal yang tertentu saja. Pidato yang isinya terlalu luas akan menjadi dangkal.

9. Mengandung Humor

Humor dapat menghidupkan pidato dan memberi kesan yang tak terlupakan pada para pendengar. Humor juga dapat menyegarkan pikiran pendengar, sehingga mencurahkan perhatian yang lebih besar kepada pidato selanjutnya. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa pidato yang baik adalah pidato yang saklek, jelas, hidup, memiliki tujuan yang jelas, bergaya klimaks, memiliki pengulangan, mengandung hal-hal yang mengejutkan, singkat tapi padat, dan mengandung humor serta dirancang dalam struktur yang mudah diikuti.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hal.50-51

2. Pandangan yang diarahkan pada lawan bicara. Pandangan pembicara harus mengarah kepada lawan bicara sebagai bentuk kekomunikatifan seseorang ketika berbicara di depan umum.
3. Kenyaringan suara. Tingkat kenyaringan suara seorang pembicara disesuaikan dengan jarak percakapan agar terdengar jelas oleh pendengar.
4. Kelancaran berbicara. Seorang pembicara yang lancar dalam melontarkan maksud pembicaraannya dapat memiliki kesan tersendiri bagi pendengar.
5. Gerak badan (gesture) dan mimik tepat. Gesture yang dimiliki seorang pembicara serta mimik yang dapat mewakili maksud pembicaraan merupakan bagian dari kekomunikatifan pembicara dalam berkomunikasi.
6. Penalaran suatu gagasan harus berkesinambungan. Hal ini berarti hubungan dalam kalimat harus logis dan berhubungan dengan pokok pembicaraan.
7. Penugasan topik yang baik akan menumbuhkan keberanian dan kelancaran pembicaraan.¹⁰⁴

Pesan pembicara dapat tersampaikan dengan baik jika pembicara menguasai faktor kebahasaan dan non-kebahasaan. Pembicara memiliki persiapan matang, yaitu penguasaan materi, pilihan kata yang tepat, daya persuasi yang menarik, kesiapan mental, dan mampu menguasai medan massa.

¹⁰⁴ Arjad Ma'idar dan Mukti. *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Erlangga, 1988). hal 17-22

Etika dan Kepribadian Berkomunikasi

Bagian 7

A. Hakikat Etika

Secara etimologis kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos dan ethikos, ethos yang berarti sifat, watak, adat, kebiasaan, tempat yang baik. Ethikos berarti susila, keadaban, atau kelakuan dan perbuatan yang baik. Kata "etika" dibedakan dengan kata "etik" dan "etiket". Kata etik berarti kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak atau nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Adapun kata etiket berarti tata cara atau adat, sopan santun dan lain sebagainya dalam masyarakat beradaban dalam memelihara hubungan baik sesama manusia.¹⁰⁵

Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.

¹⁰⁵ Abd Haris, *Pengantar Etika Islam*. (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007) hal 3.

Menurut K. Bertens, etika secara umumnya sebagai berikut:

1. Etika adalah nist, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya.
2. Etika adalah nurani (bathiniah), bagaimana harus bersikap etis dan baik yang sesungguhnya timbul dari kesadaran dirinya.
3. Etika bersifat absolut, artinya tidak dapat ditawar-tawar lagi, kalau perbuatan baik mendapat pujian dan yang salah harus mendapat sanksi.
4. Etika berlakunya, tidak tergantung pada ada atau tidaknya orang lain yang hadir.¹⁰⁶

B. Etiket

Istilah etika dan etiket ada kalanya digunakan untuk pengertian yang sama dalam kehidupan sehari-hari. Etika lebih luas pengertian dan penggunaannya daripada etiket. Istilah etiket, berasal dari kata *etiquette* (Perancis), yang berarti kartu undangan, yang biasa digunakan oleh raja-raja Perancis ketika menyelenggarakan pesta. Dalam perkembangan selanjutnya istilah etiket tidak lagi berarti kartu undangan. Etiket artinya lebih menitikberatkan pada cara-cara berbicara yang sopan, cara berpakaian, cara duduk, cara menerima tamu di rumah/di kantor dan sopan santun lainnya. Etiket ini sering disebut pula tata krama.

Maksudnya kebiasaan sopan santun yang disepakati dalam lingkungan pergaulan setempat. Tata mempunyai arti adat, aturan, norma, peraturan, sedangkan krama berarti tindakan, perbuatan. Dengan demikian tata krama berarti sopan santun, kebiasaan sopan santun atau tata sopan santun. Kesadaran manusia mengenai baik buruk disebut kesadaran etis atau kesadaran moral.

¹⁰⁶ Bertens, K. *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991) hal.9

Etiket merupakan sejumlah peraturan kesopanan yang tidak tertulis, namun harus diketahui, diperhatikan dan ditaati dalam kehidupan bermasyarakat. Etiket juga berisi sejumlah aturan yang lama mengenai tingkah laku perorangan dalam masyarakat beradab berupa tata cara formal atau tata krama lahiriah untuk mengatur hubungan antarpribadi sesuai dengan status sosialnya.

Etiket didukung oleh nilai-nilai berikut:

1. Nilai-nilai kepentingan umum.
2. Nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, kebaikan
3. Nilai-nilai kesejahteraan
4. Nilai-nilai kesopanan, harga menghargai
5. Nilai-nilai pertimbangan rasional, mampu membedakan sesuatu yang bersifat rahasia dan yang bukan rahasia.

Perbedaan antara etika dengan etiket:

1. Etiket menyangkut cara melakukan perbuatan manusia.

Etiket menunjukkan cara yang tepat artinya cara yang diharapkan serta ditentukan dalam sebuah kalangan tertentu. Etika tidak terbatas pada cara melakukan sebuah perbuatan, etika memberi norma tentang perbuatan itu sendiri. Etika menyangkut masalah apakah sebuah perbuatan boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

2. Etiket hanya berlaku untuk pergaulan

Etika selalu berlaku walaupun tidak ada orang lain. Barang yang dipinjam harus dikembalikan walaupun pemiliknya sudah lupa.

3. Etiket bersifat relatif

Yang dianggap tidak sopan dalam sebuah kebudayaan, dapat saja dianggap sopan dalam kebudayaan lain. Etika jauh lebih absolut. Perintah seperti "jangan berbohong", "jangan mencuri" merupakan prinsip etika yang tidak dapat ditawar-tawar.

Etiket hanya memadamkan manusia dari segi lahiriah saja sedangkan etika memandang manusia dari segi dalam seperti misalnya tutur katanya lembut, memegang etiket namun menipu. Orang dapat memegang etiket namun munafik sebaliknya seseorang yang berpegang pada etika tidak mungkin munafik karena seandainya dia munafik maka dia tidak bersikap etis. Orang yang bersikap etis adalah orang yang sungguh-sungguh baik.

C. Etika dalam Konteks Komunikasi

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional di perlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat.

Mengingat etika erat kaitannya dengan manusia, yakni di mana etika mengatur mengenai norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia.

Sementara komunikasi merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain. Dengan adanya komunikasi, maka terjadilah hubungan sosial karena bahwa manusia itu adalah sebagai makhluk sosial, di antara satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sehingga terjadinya interaksi timbal balik.

Dalam hubungan seseorang dengan orang lain terjadi proses komunikasi di antaranya. Tetapi ketika sedang melakukan komunikasi terkadang tidak memperhatikan etika etika komunikasi dengan baik. Hal ini yang terkadang orang salah menafsirkan isi dari informasi yang diberikan atau pun yang didengarkannya.

Hakikat dan peranan etika dalam komunikasi yaitu: proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan mempunyai maksud dan makna. Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut perlu adanya etika atau aturan. Hal ini agar pesan komunikasi yang ingin disampaikan memiliki kesamaan makna baik dari komunikator maupun komunikan. Oleh karena itu, peran etika dalam komunikasi sangat diperlukan mengingat manusia adalah makhluk yang beretika dan berkomunikasi. Etika adalah sebuah aturan yang mengatur manusia agar hidup sesuai dengan norma-norma dan adat kebiasaan.

Contoh Teknik Komunikasi Yang Baik

1. Menggunakan kata dan kalimat yang baik menyesuaikan dengan lingkungan
2. Gunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh lawan bicara
3. Menatap mata lawan bicara dengan lembut
4. Memberikan ekspresi wajah yang ramah dan murah senyum
5. Gunakan gerakan tubuh / gesture yang sopan dan wajar
6. Bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara

Komunikasi Antarpribadi

7. Memakai pakaian yang rapi, menutup aurat dan sesuai sikon
8. Tidak mudah terpancing emosi lawan bicara
9. Menerima segala perbedaan pendapat atau perselisihan yang terjadi
10. Mampu menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara.
11. Menggunakan volume, nada, intonasi suara serta kecepatan bicara yang baik
12. Menggunakan komunikasi nonverbal yang baik sesuai budaya yang berlaku seperti berjabat tangan, merunduk, hormat dan lain sebagainya

D. Kepribadian

Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan pokok manusia agar dapat berinteraksi dengan satu sama lain, agar mencapai komunikasi yang efektif seharusnya ada komunikator yakni orang yang menyampaikan pesan dan komunikan yakni orang yang menerima pesan. Tetapi tidak semua orang mampu melakukan komunikasi dengan baik karena setiap manusia juga memiliki tipe kepribadian yang berbeda. Kepribadian sangat perlu diketahui dan dipelajari karena kepribadian sangat berkaitan erat dengan pola penerimaan lingkungan sosial terhadap seseorang. Orang yang memiliki kepribadian sesuai dengan pola yang dianut oleh masyarakat di lingkungannya, akan mengalami penerimaan yang baik, tetapi sebaliknya jika kepribadian seseorang tidak sesuai, apalagi bertentangan dengan pola yang dianut lingkungannya, maka akan terjadi penolakan dari masyarakat.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Askara, 2011), hal .1

Personality atau kepribadian berasal dari kata pesona yang berarti topeng, yakni alat untuk menyembunyikan identitas diri. Bagi bangsa romawi pesona berarti "bagaimana seseorang tampak pada orang lain", jadi bukan diri yang sebenarnya. Adapun pribadi yang merupakan terjemahan dari bahasa Inggris person, atau pesona dalam bahasa Latin yang berarti manusia sebagai perseorangan, diri manusia atau diri orang sendiri.¹⁰⁸

Bruce perry, seorang peneliti dari Baylor College of Medicine AS menemukan bukti bahwa perilaku buruk juga disebabkan oleh perubahan struktur dan kerjapada otak.¹⁰⁹

Sumarno Markam berkesimpulan bahwa kepribadian tersebut dapat dilihat dari perilaku seseorang yang dibentuk melalui Amigdala, yaitu bagian dalam sistem limbik pada otak manusia yang berfungsi sebagai pusat perasaan.¹¹⁰

Pendapat David Lykken bahwa kepribadian sebagai suatu perangai dan langkah serta semua kekhasan yang membuat orang berbeda dari orang lain dalam hal kemungkinan hubungan dengan genetik tertentu dalam diri manusia.¹¹¹

Secara filosofis dapat dikatakan bahwa pribadi adalah "aku yang sejati" dan kepribadian merupakan "penampakan sang aku" dalam bentuk perilaku tertentu. Di sini muncul gagasan umum bahwa kepribadian adalah kesan yang dibagikan seseorang kepada orang lain yang diperoleh dari apa yang dipikir, dirasakan, dan diperbuat yang terungkap melalui perilaku.¹¹²

Kepribadian artinya pesona atau personality berubah menjadi istilah yang mengacupada gambaran sosial tertentu yang diterima oleh individu dari kelompok atau masyarakat, kemudian individu tersebut diharapkan bertingkah laku

¹⁰⁸ *Ibid.*, hal.2

¹⁰⁹ *Ibid.*, hal.2

¹¹⁰ *Ibid.*, hal.3

¹¹¹ *Ibid.*, hal.3

¹¹² *Ibid.*, hal.2

Biasanya mereka adalah orang-orang yang tenang, kalem, *self-controlled*, tetapi mereka juga membosankan dan kurang bisa berkomunikasi.¹²⁶ Sensasi ekstrovert orang dengan tipe ini biasanya adalah bisnismen, mereka biasanya realistis, praktis, dan pekerja keras. Mereka menikmati apa yang dapat mereka indrai dari dunia ini, menikmati cinta, dan mencari kegairahan. Mereka mudah di pengaruhi oleh peraturan dan mudah ketagihan pada berbagai hal.

Keempat Intuitif Introvert, orang dengan tipe ini memiliki intensitas intuitif yang tinggi. Akibatnya mereka terpisah dari realitas eksternal. Orang demikian sangat misterius di mata sahabatnya, karena sukar dipahami orang lain dan mereka tidak mampu berkomunikasi secara efektif. Adapula segi positifnya yakni mereka berpandangan luas dan mistis. Intuitif ekstrovert orang yang selalu mencari hal baru, mereka sangat baik dalam mempromosikan hal-hal yang baru. Mereka tidak dapat bertahan dengan satu ide, pekerjaan, maupun lingkungan karena sesuatu yang baru merupakan tujuan hidup mereka.

¹²⁶ Nur aini oktavia, *Simple ways to read people characteristic*. (Yogyakarta : Diva press 2013), hal. 35

The Show and Performance

Bagian 8

A. Presentasi

Setiap orang pada dasarnya mempunyai harapan-harapan akan perkembangan dirinya. Sehubungan dengan hal itu biasanya timbul pertanyaan pada diri sendiri tentang kemampuan berbicara di depan Umum. Kemampuan berbicara tersebut dapat memberi atau menanamkan pengetahuan, menerangkan atau menjelaskan suatu proses dan menafsirkan sesuatu dalam persetujuan. Sehingga dalam hubungan itu selalu melibatkan apa yang dinamakan kemampuan berbicara di depan Umum, terutama bagaimana menghadapi kemampuan berbicara di depan Umum.

Kadangkala seseorang bisa menjadi tidak mampu berbicara bila dalam dirinya tidak ada rasa keyakinan dan tidak ada harapan yang tinggi. Dapat diketahui berbicara di depan umum merupakan bagian dari komunikasi. Hanya saja, bagi orang-orang yang tidak berkecimpung dalam dunia pendidikan, organisasi, dan kegiatan lain yang berhubungan erat dengan publik, hal ini seolah menjadi hal yang tidak mungkin dilakukan.

Akan tetapi, pada dasarnya kemampuan mengungkapkan pikiran di depan banyak orang wajib dikuasai oleh:

1. Akademisi (guru, dosen, mahasiswa dan lain-lain)
2. Politikus
3. Pelaku bisnis, pengusaha dan karyawan (Salesmen, Marketing)
4. Pegawai di instansi (Humas dan Publik Relation/PR)
5. Tokoh masyarakat
6. Pembawa acara, MC, Host, Presenter dan Penyiar
7. PenPresentasi, Penbicara, Motivator, Coaching, Mentoring, Training, dan Consulting

Dale Carnegie punya penilaian tersendiri pada aktivitas komunikasi. Menurutnya, seseorang yang terpelajar dan seseorang yang kurang terpelajar sangat bisa dinilai tidak dari bicaranya. Bicara tidak saja menunjukkan identitas bangsa seseorang, tetapi juga sangat penting untuk mengukur karakter seseorang. Bicara memang bakat bawaan setiap orang, tetapi ketrampilan bicara dengan baik dan benar membutuhkan latihan tersendiri.¹²⁷

Terampil berbicara bukan hanya banyak bicara, bukan hanya fasih dan lancar. Terampil berbicara tidak hanya disimak dari validitas secara kuantitatif, tetapi juga harus dapat disimak melalui kadar kualitatifnya. Berbicara yang efektif seyogyanya menyenangkan, memiliki daya tarik, mengasyikkan, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar.¹²⁸

¹²⁷ Dale Carnegie, *Teknik dan Seni Berpidato* (Surabaya: Nur Cahaya, 1987), hal.22

¹²⁸ Daya Pratyahara, *Fearless Public Speaking BerPresentasi dan Berpresentasi Tanpa Rasa Takut*, (Yogyakarta: New Diglossia, 2011), hal.5

Kemampuan yang di alami seseorang adalah kurangnya kemampuan akan berbicara di depan orang banyak. Berbicara dalam mempresentasikan suatu pendapat, merupakan suatu tantangan tersendiri oleh seseorang manakala yang dihadapi sekarang ini. Dan hal tersebut menimbulkan kekecauan dalam berpikir sehingga menimbulkan kecemasan dan kegelisahan. Karena sesuatu dimasa presentasi masih banyak pelajaran yang belum dipahami. Dan yang pasti apakah kemampuannya dalam berbicara nanti dapat dipahami atau tidak.

Seperti dikemukakan oleh Ir. Kriswanto Widiawan berbicara di depan publik (umum) merupakan suatu kemampuan yang tidak dimiliki oleh setiap orang. Artinya tidak semua orang bisa tampil berbicara di depan publik dengan baik. Banyak di antara mereka yang justru ketika tampil di depan publik menjadi grogi, gugup, takut, cemas, berkeringat, gemetar dan lain-lain. Akibatnya, apa yang disampaikan pun tidak jelas, suara samar-samar dan presentasinya membosankan. Inilah yang ditakuti oleh banyak orang ketika akan berbicara di depan publik.¹²⁹

Presentasi merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan orang banyak. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik agar dapat menjalankan presentasi yang menarik dan menggugah semangat. Banyak presentasi yang terkesan 'mati' karena pembawaan presentator yang monoton dan bahkan membuat audiens mengantuk. Agar dapat menghindari hal tersebut, maka harus menguasai kemampuan 3 v (verbal, vocal, dan visual). Verbal memberi kontribusi 7%, vocal 38% dan visual 55%. Ketiga hal tersebut sangat menentukan keberhasilan komunikasi dalam presentasi.¹³⁰

¹²⁹ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal. 16-17

¹³⁰ Aqila Smart, *Presentasi Maha Dayat*, (Jogjakarta: Mitra Pelajar, 2012), h. 118-119

Saat mahasiswa sedang mempresentasikan karyanya di depan kelas dengan baik, hal ini dikarenakan mahasiswa terhindar dari rasa pesimis dan rasa takut akan kegagalan. Berbeda dengan mahasiswa yang kurang memiliki sikap percaya diri, dirinya kurang adanya memotivasi diri dan kurangnya kemauan dalam menyelesaikan masalah. Masalah itu kalau tidak cepat diselesaikan akan mengakibatkan perasaan tidak nyaman atau merasa dirinya akan adanya kegagalan. Mahasiswa yang tidak memiliki optimis yang tinggi akan kehilangan rasa percaya dirinya, sehingga mudah gelisah dan perasaan tidak nyaman. Hal tersebut dapat menimbulkan ketidakmampuan berbicara di depan kelas.

Pada umumnya kemampuan berbicara di depan kelas tidak disebabkan oleh kemampuan individu, tetapi ditentukannya sering berlatih, banyaknya pengalaman dan praktik. Bukan berarti banyak omong, Pandai berbicara, melainkan mampu mengolah kata-kata sedemikian rupa, sehingga apa yang disampaikan dapat menguasai alam bawah sadar pendengar dan mampu mengubah pola pikir mereka.¹³¹

Dapat diketahui, banyak presentator yang dihindangi hilangnya kepercayaan diri ketika presentasi. Penyebabnya adalah ketakutan, takut ditolak audiens, takut blank dan takut tidak dapat menjawab pertanyaan audiens. Hal ini dicirikan dengan tangan dingin, keringat dingin, dan bicara menjadi belibet. Akibatnya, presentasi tidak hanya gagal, tetapi juga akan merasa malu kepada audiens karena buruknya penampilan di depan. Adapun cara seseorang berbicara pada dirinya sendiri adalah membentuk suatu gambaran dan gambaran yang ada dalam pikirannya menarik pikiran bawah sadarnya kearah gambar yang diciptakan seseorang untuk dirinya sendiri. Apabila seseorang membayangkan keberhasilan sebagai sesuatu yang pasti akan diperoleh dan berbicara secara efektif di hadapan orang banyak, orang itu

¹³¹ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*. (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal. 22

secara tidak sadar akan bergerak ke arah yang dibayangkan. Sehingga akan mencapai harapan yang diinginkan.

Lopez dan Snyder (2003) berpendapat suatu harapan yang ada pada individu bahwa segala sesuatu akan berjalan menuju kearah kebaikan. Perasaan harapan dalam konteks optimisme membawa individu pada tujuan yang diinginkan, yakni percaya pada diri sendiri dan kemampuan yang dimiliki. Sikap optimis menjadikan seseorang keluar dengan cepat dari permasalahan yang dihadapi karena adanya pemikiran dan perasaan memiliki kemampuan.¹³²

Menurut Thantawy R. dalam Kamus Istilah Bimbingan dan Konseling, percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis diri seseorang yang memberi keyakinan kuat pada dirinya untuk berbuat atau melakukan suatu tindakan. Orang yang tidak percaya diri memiliki konsep diri negatif dan kurang percaya pada kemampuannya, sehingga sering menutup diri. Dengan kata lain, orang yang tidak percaya diri hanya akan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, menumbuhkan kepercayaan diri adalah langkah mutlak yang harus dijalani seseorang untuk meraih kesuksesan.¹³³

Hal ini menunjukkan adanya pentingnya "harapan" di dalam diri setiap manusia. Karena kepercayaan diri sangat membantu dalam melakukan berbagai aktivitas, terutama bagi yang ingin tampil di depan publik. Perilaku yang pemalu, gugup, serta cemas berlebihan akan memberikan kesan buruk kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan audiens. Rasa tidak percaya diri yang dirasakan akan tercermin dari cara bersalaman, berbicara, menatap dan lain-lain. Jika melakukan presentasi, maka pihak audiens akan bosan dengan presentasi yang disampaikan, sehingga presentasi dapat dikatakan gagal.

¹³² M. Nur Ghufroon, *Teori-Teori Psikologi*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hal. 96

¹³³ Balqis Khayyirah, *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), hal.92-93

Daftar Pustaka

- A. Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Arni, Muhammad. 2008. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anwar, Gentasri. 2005. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar, Gentasri. 1995. *Retorika Praktis Teknik dan Seni BerPresentasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- A. Supratiknya, 2009. *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Blake, Reed H. dan Edwin O. Haroldson. 2003. *Taksonomi konsep Komunikasi*. Terj. Hasan Bahanan Surabaya: Papyrus.
- Bertens, K. 1991. *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Budiraharjo, Paulus. 1997. *Mengenal Teori Kepribadian Mutakhir*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bahrudin. 2007 *Psikologi Pendidikan Refleksi teoritis terhadap Fenomena*. Yogyakarta: Ar- Ruz Media.

- Canggara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Carnegie, Dale. 1987. *Teknik dan Seni Berpidato*. Surabaya: Nur Cahaya.
- Djaali. 2011. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Askara.
- Darajat, Zakiyah. 2009. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Ehrlich, Eugene dan Gene R Hawes. 1993. *Komunikasi Lisan Teknik Berbicara yang Membawa ke Jenjang Sukses*. Semarang: Effhar Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2011. *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Fadillah, Muhammad dan Kholida, Lili Mualifatu. 2013. *Pendidikan Karakter Anak Usia Dini*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ghufron, M. Nur. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hanafi, Abdillah. 1984, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Hardjana, Agus M. 2007. *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hartono. 1992. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineks Cipta.
- Hendrikus, Dori Wuwur. 2009. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Haris, Abd. 2007. *Pengantar Etika Islam*. Sidoarjo: Al-Afkar.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Johstone, Barbara. 2002. *Discourse Analysis*. Massachusetts: Blackwell Publisher
- Khayyirah, Balqis. 2013. *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*. Yogyakarta: Diva Press.
- Keraf, Gorys. 1994. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Erlangga.
- Keraf, Gorys. 1989. *Komposisi*. Flores: Nusa Indah.
- Krisna, Bayu. 2003. *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Berbicara*. Jakarta: Tangga Pustaka.
- Mulyana, Deddy. 1996. *Komunikasi Jenaka*. Bandung: Remaja RosdaKarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*. Bandung: Remaja RosdaKarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif*. Bandung: Remaja RosdaKarya.
- Malik, Dedy Djamaluddin. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Maharuddi, Itsna. 2011. *Seni Berpidato*. Yogyakarta: Immortal Publisher.

- Maidar, Arsjad dan Mukti. 1988. *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Ngalimun. 2013. *Pembelajaran Keterampilan Berbahasa Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Nuraeni. 2002. *Pembelajaran Bahasa Indonesia SD dan Apresiasi Bahada dan Sastra Indonesia*. Yogyakarta: BPG.
- Nurudin, 2005. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosda Karya.
- Oktavia, Nur Aini. 2013. *Simple ways to read people characteristi*. Yogyakarta: Diva press.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Rafanany, Been. 2013. *30 Menit Jago Menjadi MC dan Pidato dalam bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Araska
- Senjaya, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunika*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Suranto AW. 2010. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto A. W. 2005. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Sugono, Dendy dkk. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Susanto, Phil A S. 1997. *Komunikasi: dalam Praktek dan Teori*. Bandung: Bina Cipta.

Samovar, Larry A. dan Richard E. Porter. 1991. *Communication Between Culture*. (Belmont, California: Wadsworth.

Sekardjati, Ayu. 2014. *Dia Jujur Nggak Sih?*. Yogyakarta: Pinang Merah Publisher.

Susan G. Buckley. 2008. *Buku Pintar Bahasa Tubuh*. Jakarta: Cerdas Pustaka.

Smart, Aqila. 2012. *Presentasi Maha Dasyat*. Jogjakarta: Mitra Pelajar.

Simons, W. Herbert. 1976. *Persuasion. Understanding, Practice, and Analysis*. New York: Random House.

Sandell, R. G. 1977. *Linguistic Style and Persuasion*. London: Academic Press.

Sujanto, Agus. 1997. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Bumi aksara.

Susanto, Astrid. 1997. *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.

Tarigan, Djago dkk. 2002. *Pendidikan Keterampilan Berbahasa*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Tarigan, Djagon. 1988. *Berbicara*. Bandung: Angkasa.

Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.

Partanto, Pius A dan M. Dahlan Al Barry. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.

Pratyahara, Dayu. 2011. *Fearless Publik Speaking Berpidato dan Berpresentasi Tanpa Rasa Takut*. Yogyakarta: New Diglossia.

Pearson, Judy. 2003. *Human Communication*. New York: Mc Graw Hill Companies.

Purnama, Hendra. 2014. *Seni Bicara dan Bahasa Tubuh*. Yogyakarta: Mantra Books.

Prochnow, Herbert V. 1987. *Penuntun Menuju Sukses*

Berpresentasi. Bandung: Pioner.

Wiryanto. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Widjaja, W. A. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Askara.

Widjaja, H. A. W. 2002. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wassid, Iskandar dan Sunendar, Dadang. 2015. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

West, Richard. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal

A. Chaudhary, et al. *Intelligent Approaches to interact with Machines using Hand Gesture Recognition in Natural way: A Survey*, International Journal of Computer Science & Engineering Survey (IJCSSES), 2011.

M. Priyadharshni, et al., *Hand Gesture Recognition System Using Hybrid Technology For Hard Of Hearing Community*, International Journal of Engineering Mathematics & Computer Science, Desember 2013.

S. Kelly, et al. *Gesture Gives a Hand to Language and Learning: Perspectives from Cognitive Neuroscience, Developmental Psychology and Education*, Journal Compilation 2008 Blackwell Publishing Ltd, 2008.

S. Padalkar & J. Ramadas. *Designed and Spontaneous Gestures in Elementary Astronomy Education*, This article is accepted for publication in the International Journal of Science Education, 2010.

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Biasanya proses komunikasi ini dilakukan dalam bentuk antar pribadi yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator mengirim pesan kepada komunikan. Disini komunikator menjadi Encoder (pengirim) dan komunikan menjadi Decoder (penerima).

Akan tetapi komunikasi antar pribadi bersifat dialogisme, maka terjadilah pertukaran pesan, dimana komunikator menjadi Decoder (penerima) sementara komunikan menjadi Encoder (pengirim) dalam komunikasi antar pribadi, karena situasinya adalah tatap muka (face to face communication) berbeda dengan komunikasi bermedia, dimana umpan balik tertunda (delayed feedback).

