

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan berhenti merokok sudah banyak dilakukan. Peneliti berusaha menelusuri dan mengkaji penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan strategi dan model komunikasi konseling dan menjadikan perbandingan dalam penyusunan penelitian ini. beberapa di antaranya yang berkaitan dengan penelitian strategi dan komunikasi konseling berhenti merokok antara lain:

1. Oleh Sondang Simarmata (2012), yang berjudul “perilaku merokok pada siswa-siswi Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Kuok Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau” yang bertujuan untuk menganalisis perilaku merokok pada siswa-siswi MTs Negeri Model Kouk di Kec. Bangkinang Barat tahun 2012. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode menggunakan rancangan potong lintang (*cross sectional*), rancangan potong lintang merupakan rancangan yang melakukan pengamatan dan pengukuran variabel bebas. Hasil penelitian ini meliputi beberapa hal di antaranya yaitu di bagi menjadi dua tahap analisis univariat yaitu untuk mengetahui distribusi frekuensi variabel dependent merokok siswa-siswa MTs Negeri Model Kouk Kecamatan Bangkinang Barat, maupun distribusi frekuensi variabel independent yang meliputi karakteristik responden yaitu umur, jenis kelamin,

pengetahuan tentang rokok, sikap tentang rokok, keterjangkauan akses rokok, keterjangkauan biaya rokok, pengeruh keluarga, pengeruh teman sebaya dan kebijakan tentang rokok di sekolah MTs Negeri Model Kuok Kecamatan Bangkinang Barat. Kemudian tahap kedua melakukan dengan analisis bivariat untuk mengetahui hubungan antara variabel perilaku merokok dengan keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini. Dan jumlah sampel dalam penelitian ini ada 150 siswa-siswa sekolah MTs Negeri Model Kuok Kecamatan Bangkinang Barat.¹

2. Penelitian yang berkaitan dengan berhenti merokok sudah banyak dilakukan di antaranya oleh Raden Dwi Noviyanti (2014), yang berjudul “efektivitas strategi manajemen diri untuk mengurangi rokok” yang bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang efektifitas strategi manajemen diri untuk mengurangi merokok siswa kelas XI IPS SMA Negeri 15 Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif metode kuasi eksperimen dan non equivalent pretest –posttest control group design. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara empirik intervensi konseling melalui strategi manajemen diri teruji efektif untuk mengurangi tingkat peroko pada peserta didik.²

¹ Sondang Simarmata. *Perilaku merokok pada Siswa-siswi Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Kouk Kecamatan Bangkinang Barat Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. 2012. (Skripsi Mahasiswa Universitas Indonesia)

² Raden Dewi Noviyanti. *Efektivitas Strategi Manajemen Diri Untuk Mengurangi Merokok*. 2014. (Skripsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)

3. Penelitian yang berkaitan dengan berhenti merokok sudah cukup banyak dilakukan diantaranya oleh Henni Barus (2012), yang berjudul “Hubungan Pengetahuan dengan Perokok Aktif tentang Rokok dengan Motivasi Berhenti Merokok pada Mahasiswa FKM dan FISIP Universitas Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan perokok aktif tentang rokok dengan motivasi untuk berhenti merokok pada mahasiswa FKM dan FISIP Universitas Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan penelitian deskriptif korelatif, dan penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pengetahuan tentang rokok dengan motivasi berhenti merokok pada mahasiswa FKM dan FISIP Universitas Indonesia.³

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Sondang Simarmata (2012), Raden Dwi Noviyanti (2014) dan Henni Barus (2012). Karena dalam penelitian ini memfokuskan tentang strategi dan model komunikasi konseling klinik berhenti merokok di UMY.

B. KERANGKA TEORITIK

1. Strategi komunikasi konseling

a. Strategi komunikasi

Strategi yang baik dan efektif dalam konseling, adalah berkomunikasi dengan anak atau remaja akan sangat mempengaruhi keberhasilan, dengan adanya strategi yang tepat maka akan menjadikan

³ Henni Barus. *Hubungan Pengetahuan Perokok Aktif Tentang Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Mahasiswa FKM dan FISIP Universitas Indonesia*. 2012. (Skripsi Mahasiswa Universitas Indonesia).

apa yang menjadi tujuan lebih untuk tercapai. Strategi itu sendiri adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Keberhasilan dalam suatu komunikasi tidak terlepas dari pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Istilah strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan.⁴

Strategi adalah perspektif, posisi, rencana dan pola. Strategi adalah jembatan yang menghubungkan kebijakan dengan sasaran. Strategi dan taktik merupakan jembatan yang menghubungkan kesenjangan antara tujuan dan alat yang dipakai untuk mencapai tujuan. Singkatnya, strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide.⁵

Strategi atau perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang harus menjawab: (1) apa yang ingin dicapai, (2) kenapa kita menginginkan ada hasil yang diperoleh, (3) siapa yang menjadi target sasaran, (4) apa yang menjadi kata kunci pada pesan yang akan dibawakan, (5) siapa yang akan menjadi aktor dalam penyampain pesan,

⁴ Salman, Satya Candrasari, Rewindinar, *Strategi Komunikasi konseling dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Remaja*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, ISSN 2356-4385, Vol.3 No.2 Agustus 2016.

⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi [Serba Ada Serba Makna]*

dan bagaimana cara untuk memilih dan menentukannya, (6) dengan cara apa yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, (7) bagaimana tipe saluran komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, (8) kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan setiap pesan, (9) bagaimana mengukur atau mengevaluasi hasil dari program yang dijalankan itu.⁶

Strategi komunikasi membantu kita bagaimana sebuah pesan yang kita bawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. Oleh karena itu, perencanaan atau strategi komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mencapai suatu rencana.⁷

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Tujuan sentral dari strategi komunikasi ini tiga tujuan utama di antaranya:⁸

- 1) *To secure understanding* yaitu, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
- 2) *To establish acceptance* yaitu, andaikan ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus di bina.

⁶ Hafied Cangara. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: 2013. PT. Raja Grafindo Persada. Hal: 46-47

⁷ *Ibid.* Hal: 47

⁸ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung, 2001. PT. Remaja Rosdakarya. Hal: 32

3) *To motivate action* yaitu, dan pada akhirnya kegiatan di motivasikan.

2. **Konseling**

a. **Pengertian konseling**

Istilah konseling berasal dari kata “*counseling*” adalah kata dalam bentuk *mashdar* dari “*to counsel*” secara etimologis berarti “*to give advice*” atau memberikan saran dan nasihat. Konseling juga memiliki arti memberikan nasihat; atau memberi anjuran kepada orang lain secara tatap muka (*face to face*). Jadi, *counseling* berarti pemberian nasihat atau penasihatian kepada orang lain secara individual yang dilakukan dengan tatp muka (*face to face*). Pengertian konseling dalam bahasa Indonesia, juga dikenal dengan istilah penyuluhan.⁹

Dapat disimpulkan bahwa konseling adalah bantuan yang diberikan kepada individu dalam memecahkan masalah kehidupannya dengan wawancara, atau dengan cara-cara yang sesuai dengan keadaan individu yang dihadapi untuk mencapai kesejahteraan hidup. Dalam memecahkan permasalahannya ini individu memecahkannya dengan kemampuannya sendiri. Dengan demikian, klien tetap dalam keadaan aktif, memupuk kesanggupannya di dalam memecahkan setiap permasalahan yang mungkin akan dihadapi di dalam kehidupannya.¹⁰

Dalam proses konseling terdapat tujuan tertentu, yaitu pemecahan sesuatu permasalahan atau kesulitan yang dihadapi oleh klien. Dan pada

⁹ Samsul Munir Amin. *Bimbingan Dan Konseling Islam*. Jakarta, Amzah. 2010. Hal: 10-

¹⁰ *Ibid*. Hal: 13

prinsipnya proses konseling dilakukan secara individual (*between two persons*), yaitu antara klien dan konselor (yang memberikan konsultasi). Pemecahan masalah dalam proses konseling itu dijalankan dengan wawancara atau diskusi antara klien dengan konselor, di mana wawancara dilakukan secara “*face to face*”.¹¹

Konseling adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan melalui wawancara konseling oleh seseorang ahli (disebut konselor) kepada anak yang sedang mengalami sesuatu masalah (disebut klien atau konseli) yang bermuara pada teratasinya masalah yang dihadapi klien.¹²

Konseling dilakukan untuk orang yang dianggap sehat dan orang yang memiliki masalah serius. Konseling memenuhi kebutuhan berbagai macam orang. Menurut pandangan konselor, klien yang memiliki masalah perkembangan atau situasional, yang memerlukan bantuan untuk penyesuaian atau remidiasi. Masalah mereka sering kali membutuhkan intervensi jangka pendek, tetapi pengobatan dapat diperpanjang untuk mengatasi kelainan yang tercantum dalam Manual Diagnostik dan statistik dari kelainan Mental yang dikeluarkan *American Pcyhatric Association*.¹³

Menurut Prayitno dan Erman Amti dalam buku *Dasar –dasar Bimbingan dan Konseling* menjelaskan konseling merupakan suatu

¹¹ *Ibid.* Hal: 14

¹² Salman, Satya Candrasari, Rewindinar, *Strategi Komunikasi konseling dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Remaja*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, ISSN 2356-4385, Vol.3 No.2 Agustus 2016.

¹³ Samuel T. Gladding, *Konseling Profesi yang Menyeluruh*. Jakarta Barat, PT. Indeks, 2012.

proses untuk membantu individu mengatasi hambatan-hambatan perkembangan dirinya, dan untuk mencapai perkembangan optimal kemampuan pribadi yang dimilikinya, proses tersebut terjadi setiap waktu.¹⁴

Dalam buku yang sama menjelaskan konseling adalah kegiatan di mana semua fakta dikumpulkan dan semua pengalaman siswa difokuskan pada masalah tertentu untuk diatasi sendiri oleh yang bersangkutan, di mana ia diberi bantuan pribadi dan langsung dalam pemecahan masalah itu. Konselor tidak memecahkan masalah untuk klien. Konseling harus ditujukan pada perkembangannya yang progresif dan individu untuk memecahkan masalah-masalah sendiri tanpa bantuan.

b. Strategi Konseling

Dalam hal ini strategi konseling menjadi empat bagian di antaranya:¹⁵

1) Strategi Simbolis

Teknik-teknik simbolis khususnya sesuai bagi anak muda, karena banyak di antara mereka yang tidak dapat tenang dan suka melakukan hal-hal yang dapat mempertahankan rasa tertarik dan konsentrasi mereka. Teknik-teknik simbolis khususnya sangat menarik bagi mereka, karena teknik ini melibatkan pemilihan objek visual sebagai simbol dan juga aktivitas dalam penggunaan simbol tersebut. Sebagai konsekuensinya, sangatlah mudah membuat anak

¹⁴ Prayitno dan Erman Amti. *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta. Rineka Cipta. 1999. Hal: 100

¹⁵ Eka Adinugraha, *konseling Remaja*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2011. Hal- 267-394

muda untuk terlibat, tertarik dan antusias dengan proses konseling semacam ini.

Strategi simbolis mencakup penggunaan metafora, ritual, simbol, kotak pasir, dan miniatur binatang. *Metafora* dapat menarik perhatian anak muda, memancing ketertarikan, membantu dalam menemukan solusi dan membuat anak muda mampu membicarakan berbagai persoalan sulit dengan cara yang aman dan tidak langsung. *Ritual* dapat bermanfaat dalam membantu anak muda untuk dapat mencapai katarsis, sehingga mereka dapat melanjutkan perjalanan perkembangan mereka. *Simbol* bermanfaat dalam membuat anak muda untuk mampu mengakses informasi yang mungkin terepresi dalam alam bawah sadar dan membicarakan informasi yang akan sulit untuk diungkapkan dalam sebuah proses konseling yang hanya mengandalkan percakapan verbal. *Penggunaan kotak pasir* dapat bermanfaat dalam membuat anak muda mampu menceritakan kisah mereka, terutama jika mereka memiliki kemampuan verbal yang terbatas. *Miniatur binatang* khususnya bermanfaat untuk membantu anak muda dalam mengeksplorasi berbagai persoalan hubungan, terutama hubungan dengan keluarga mereka sendiri.

2) Strategi kreatif

Strategi kreatif mencakup penggunaan seni, permainan peran, jurnal, relaksasi, imajinasi, dan kerja mimpi. Strategi kreatif yang dapat digunakan dalam membantu untuk anak muda dalam

mengekspolarasi berbagai isu, berhadapan dengan perasaan mereka, dan membuat perubahan. Semua strategi kreatif ini membutuhkan aktivitas di pihak anak muda dan, oleh karenanya, harus dipilih yang paling berkesesuaian dengan kemampuan dan kebutuhan anak muda. Teknik ini sendiri memiliki nilai yang terbatas, kecuali usaha yang telah dilakukan diproses secara tepat dengan mengeksplorasi pikiran, perasaan emosional, sikap, dan kepercayaan yang muncul selama proses ini.

3) Strategi perilaku dan perilaku kognitif

Strategi perilaku dan perilaku kognitif selama ini berhasil, dalam tingkatan keberhasilan yang beragam, digunakan ketika bekerja membantu anak yang gelisah, mengalami depresi, agresif, suka melawan, patah semangat dan anak muda yang mengalami kesulitan dengan keterampilan interpersonal dan sosial.

Strategi perilaku dan perilaku kognitif ini akan dibahas dalam beberapa tema di antaranya:

- a) Pengendalian diri
- b) Menentang kepercayaan yang merusak diri
- c) Mengelola kemarahan
- d) Latihan kepercayaan diri
- e) Mempersiapkan sasaran gaya hidup
- f) Membuat keputusan

4) Strategi Psiko-edukatif

Ketika menggunakan strategi psiko-edukatif, konselor perlu terus-menerus mengamati perilaku nonverbal dan respons verbal anak muda. Melalui pengamatan ini, informasi baru tentang perasaan emosional, kepercayaan, isu, sikap anak muda akan dapat ditemukan. Cukup sering konselor akan perlu memotong penggunaan strategi psiko-edukatif dalam rangka mengeksplorasi isu-isu yang secara spontan muncul bagi anak muda. Terkait dengan hal ini, perlu diingat bahwa sebuah strategi hanyalah sebuah alat yang digunakan untuk meningkatkan kualitas proses konseling. Yang lebih penting bagi konselor adalah secara terus-menerus memerhatikan, dan menghadapi, isu-isu mendasar ketika mereka muncul, daripada bertahan dengan sebuah strategi tertentu.

c. Konseling Kesehatan

1). Konseling kasus pecandu rokok

- a). Persiapan
- b). Pembukaan
- c). Penggalian Masalah
- d). Pencarian Solusi
- e). Penutup¹⁶

d. Teknik-teknik konseling

Dalam buku *Dasar – Dasar Konseling* Luddin menyebutkan ada beberapa teknik konseling, di antaranya:¹⁷

¹⁶ http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/file_2013-07_03_15:40:46_Kismi_Mubarokah_S.KM_M.Kes_Kontrak_Kuliah.ppt. Di akses pada hari Kamis, 12 Januari 2017. Pukul. 09.51

1) Perilaku *Attending*

Perilaku *Attending* merupakan keterampilan atau teknik yang digunakan konselor untuk memusatkan perhatian kepada klien agar klien merasa dihargai dan terbina suasana yang kondusif sehingga klien bebas mengekspresikan atau mengungkapkan tentang apa saja yang ada dalam pikiran, perasaan ataupun tingkah lakunya.

2) Empati

Empati adalah sebuah kemampuan untuk melihat, memahami, dan merasakan sesuatu hal yang terjadi pada diri orang lain dari sudut pandang orang lain tersebut; bukan dari sudut pandang kita sendiri. Dan empati adalah kemampuan konselor untuk merasakan apa yang dirasakan klien, merasa dan berfikir bersama klien dan bukan untuk tentang klien. Agar dapat membantu konseli, maka kita harus dapat memahami diri dan dunia konseli tersebut dari sudut pandang si konseli. Anda harus memberikan keyakinan pada diri konseli bahwa anda memahami keadaan dan perasaan konseli yang unik.

3) Refleksi

Teknik ini bertujuan untuk digunakan dalam menangkap perasaan, pikiran dan pengalaman klien kemudian merefleksikannya kepada klien kembali. Klien sering tidak menyadari akan perasaan, pikiran, dan pengalaman yang mungkin menguntungkan atau merugikan bagi diri klien sendiri. Kurnanto dalam buku *Bimbingan dan Konseling*

¹⁷ Abu Bakar M Luddin. *Dasar-Dasar Konseling*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
Hal: 175

mengatakan bahwa jika dia menyadari akan perasaannya, maka klien akan mengubah perilakunya ke arah yang *positive*.¹⁸

4) Eksplorasi

Menurut Will yang diambil dari buku Edi Kurnanto M yang berjudul *Bimbingan dan Konseling: Sebuah Pengantar Bagi Calon Konselor dan Guru Pembimbing Dis Sekolah* mendefinisikan eksplorasi adalah keterampilan konselor untuk menggali perasaan, pengalaman dan pikiran klien. Dengan demikian eksplorasi adalah teknik untuk menggali perasaan, pikiran, dan pengalaman klien. Hal ini penting dilakukan karena banyak klien menyimpan rahasia batin, menutup diri, atau tidak mampu mengemukakan pendapatnya.

5) Menangkap pesan utama (*Paraphrasing*)

Menangkap pesan (*paraphrasing*) adalah teknik untuk menyatakan kembali esensi atau inti ungkapan klien dengan teliti mendengarnya pesan utama klien, mengungkapkan kalimat yang mudah dan sederhana, biasanya ditandai dengan kalimat awal: adakah atau nampaknya, mengamati rrspons klien terhadap konselor.

6) Bertanya untuk membuka pertanyaan (*Open Question*)

Teknik ini adalah teknik dasar untuk mengawali hubungan atau melakukan wawancara konseling. Sehingga akan terjalinnya hubungan yang baik antara konselor dengan klien. Sehingga dengan terjalinnya hubungan tersebut, klien menjadi semakin percaya dengan

¹⁸Edi M Kurnanto. *Bimbingan dan Konseling: Sebuah Pengantar Bagi Calon Konselor dan Guru Pembimbing di Sekolah*. Pontianak. STAIN Press. Hal: 65

konselor serta dalam mengungkapkan masalah-masalah yang dihadapi oleh klien, klien lebih merasa aman dan nyaman.

7) Mengarahkan (*Directing*)

Teknik mengarahkan adalah untuk mengajak dan mengarahkan klien melakukan sesuatu. Misalnya menyuruh klien untuk bermain peran dengan konselor atau menghayalkan sesuatu.

8) Menyimpulkan sementara (*Summarizing*)

Tujuan menyimpulkan sementara adalah untuk:

- a) Memberikan kesempatan kepada klien untuk mengambil kilas balik dari hal-hal yang telah dibicarakan;
- b) Menyimpulkan kemajuan hasil pembicaraan secara bertahap;
- c) Meningkatkan kualitas diskusi;
- d) Mempertajam fokus pada wawancara konseling.

3. Komunikasi Konseling Terapeutik

Komunikasi terapeutik (berinterkasi) merupakan komunikasi yang telah direncanakan dengan secara sadar, dengan tujuan untuk menyembuhkan pasien dari penyakitnya.¹⁹ Adapun karakteristik yang harus dimiliki oleh perawat untuk melakukan komunikasi terapeutik adalah harus memiliki rasa empati, rasa kesejataan, selain itu harus respect dan hormat, dan yang terakhir harus memiliki rasa konkret.

²⁰Dalam hal ini konselor harus memiliki peran yang sangat besar

¹⁹ Haerul Anwar Dalimunthe. *Hubungan Antara Komunikasi Terapeutik dengan Motivasi Mengikuti Panduan DSME (Diabetes Self Management Education)*. 2015. (Dalam Jurnal Psikologi Konseling, Vol. 7, No. 1. Desember 2015)

²⁰ *Ibid*

dalam memberikan motivasi kepada pasien serta harus menjalin komunikasi yang baik dengan pasien. Komunikasi terapeutik memiliki peran yang sangat penting dalam tahapan penyembuhan pasien maupun dalam tahapan proses penyembuhan pasien. Dalam pembinaan hubungan komunikasi terapeutik dengan konselor dan pasien ada beberapa tahap yang harus dilakukan. Di antaranya sebagai berikut: *pertama*, tahap pra-interaksi. *Kedua*, tahap perkenala. *Ketiga* tahap kerja. Dan yang terakhir tahap terminasi.²¹ Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi terapeutik adalah proses konseling yang dilakukan dalam penanganan ilmu kesehatan.

Komunikasi terapeutik pada hakekatnya merupakan bentuk dari komunikasi interpersonal yang secara khusus di tujukan untuk proses pemulihan atau terapi tertentu. Dalam hal ini juga di jelaskan bahwa dalam proses tersebut terjadi sebuah komunikasi konseling terapeutik yang di mana konselor dengan pasien saling bertukar pikiran untuk menemukan informasi dari pasien. Dalam hal ini juga komunikasi terapeutik dapat di artikan sebagai komunikasi antar pribadi, namun yang membedakan dengan komunikasi konseling terapeutik adalah tujuannya. Komunikasi konseling terapeutik ini terjadi antara tenaga medis seperti dokter, perawat, dan terapis yang memiliki masalah kesehatan.²²

²¹ Moch Iqbal Elly. *Proses Komunikasi Terapeutik oleh Konselor kepada Pasien Narkoba di yayasan dinamika rumah harapan dan pemulihan kota Cimahi*. (Dalam Thesis UNIKOM)

²² Retasari Dewi. *Komunikasi Terapeutik Konselor Laktasi terhadap Kliien relaktasi*. Dalam jurnal kajian komunikasi, Vol.3, No. 2, Desember 2015.

4. Model Komunikasi

a. Model-Model Komunikasi

Menurut Sereno dan Mortensen dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengatakan bahwa model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata.²³

Dalam buku yang sama menurut B. Aubrey Fisher mengatakan bahwa model komunikasi adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dan fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain, model adalah teori yang disederhanakan.²⁴

Deddy Mulyana menyatakan bahwa kekhasan suatu model komunikasi juga dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan (pembuat) model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melingkunginya.²⁵

²³ Prof. Deddy Mulyana. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya. Hal: 132

²⁴ Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: 2010. PT. Remaja Rosdakarya. Hal: 132.

²⁵ *Ibid.* Hal: 143

Beberapa model komunikasi yang di tulis oleh Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* yang menyatakan bahwa:²⁶

1) Model Stimulus- Respons

Model ini merupakan model komunikasi paling dasar dalam ilmu komunikasi. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang berkaitan dengan aliran behavioristik. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai sebuah proses aksi reaksi. Model ini beranggapan bahwa kata-tata verbal, tanda-tanda nonverbal, gambar-gambar dan tindakan akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Kita juga dapat mengatakan bahwa proses ini merupakan perpindahan informasi ataupun gagasan. Proses ini dapat berupa timbal balik dan mempunyai efek yang banyak. Setiap efek dapat merubah perilaku dari komunikasi berikutnya.

Model ini mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses. Dengan kata lain, komunikasi dianggap sebagai hal yang statis. Manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya.

2) Model Aristoteles

Model ini merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Bisa juga disebut sebagai model retorikal. Model ini

²⁶ *Ibid.* Hal: 143-175

membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Aristoteles menerangkan tentang model komunikasi dalam bukunya *Rhetorica*, bahwa setiap komunikasi akan berjalan jika terdapat 3 unsur utama: pembicara (*speaker*), pesan (*message*) dan pendengar (*Listener*). Model ini lebih berorientasi pada pidato. Terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain.

Menurut Aristoteles, pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik, alasan, dan juga dengan memainkan emosi publik. Tapi model juga ini memiliki banyak kelemahan. Kelemahan yang pertama adalah, komunikasi dianggap sebagai fenomena yang statis. Kelemahan yang kedua adalah model ini tidak memperhitungkan komunikasi non verbal dalam mempengaruhi orang lain. Meskipun model ini mempunyai banyak kelemahan, tapi model ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan model komunikasi modern.

3) Model Lasswell

Model ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau dalam bahasa Indonesia adalah siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, pengaruh apa? Model ini menjelaskan tentang proses komunikasi dan fungsinya terhadap masyarakat. Lasswell berpendapat

bahwa di dalam komunikasi terdapat tiga fungsi. Yang pertama adalah pengawasan lingkungan, yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan. Kedua, adalah korelasi sebagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan. Ketiga, adalah transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Model ini sering digunakan pada komunikasi massa. *Who* menjadi pihak yang mengemukakan dan menyeleksi berita, *says what* adalah bahan untuk menganalisa pesan itu. *In which channel* adalah media. *to whom* adalah khalayak. Dan *with what effect* adalah pengaruh yang diciptakan pesan dari media massa kepada pembaca, pendengar, dan pemirsa. Sama seperti model komunikasi lainnya, model ini juga mendapat kritik. Hal itu dikarenakan model ini terkesan seperti menganggap bahwa komunikator dan pesan itu selalu mempunyai tujuan. Model juga ini dianggap terlalu sederhana. Akan tetapi, sama seperti model komunikasi yang baik lainnya, model ini hanya fokus pada aspek-aspek penting dalam komunikasi.

4) Model Shannon dan Weaver

Model ini membahas tentang masalah dalam mengirim pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model ini mengandaikan sebuah sumber daya informasi (*source Information*) yang menciptakan sebuah pesan (*message*) dan mengirimnya dengan suatu saluran (*channel*) kepada penerima (*receiver*) yang kemudian membuat ulang

(*recreate*) pesan tersebut. Dengan asumsi lain, model ini merupakan sumber daya informasi menciptakan pesan dari seperangkat pesan yang tersedia. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang dipakai. Sasaran (*destination*) adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu. Saluran adalah media yang mengirim tanda dari pemancar kepada penerima. Di dalam percakapan, sumber informasi adalah otak, pemancar adalah suara yang menciptakan tanda yang dipancarkan oleh udara. Penerima adalah mekanisme pendengaran yang kemdiann merekontruksi pesan dari tanda itu. Tujuannya adalah otak si penerima. Dan konsep penting dalam model ini adalah gangguan.

Model ini menganggap bahwa komunikasi adalah fenomena statis dan satu arah. Dan juga, model ini terkesan terlalu rumit. Meskipun model ini sangat terkenal dalam penelitian komunikasi selama bertahun-tahun, tulisan-tulisan Shannon dan Weaver sulit dipahami.

5) Model Schramm

Wilbur Schramm membuat serangkai model komunikasi, dimulai dengan model komunikasi manusia yang sederhana (1954), lalu model yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu yang mencoba berkomunikasi, hingga ke model komunikasi yang dianggap interaksi dua individu. Model pertama mirip dengan model Shannon dan Weaver.

Model yang kedua Schramm memperkenalkan gagasan bahwa kesamaan dalam bidang pengalaman sumber dan sasaran yang sebenarnya dikomunikasikan, karena bagian sinyal itulah yang dianut oleh sumber dan sasaran.

Model yang ketiga Schramm menganggap komunikasi sebagai interaksi dengan kedua pihak yang menyandi (*encode*), menafsirkan (*interpret*), menyandi ulang (*decode*), mentransmisikan (*transmit*), dan menerima sinyal (*signal*). Schramm berpikir bahwa komunikasi selalu membutuhkan setidaknya tiga unsur: sumber (*source*), pesan (*message*), dan tujuan (*destination*). Disini kita melihat umpan balik dan lingkaran yang berkelanjutan untuk berbagi informasi.

Sumber dapat menyandi pesan, dan tujuan dapat menyandi balik pesan, tergantung dari pengalaman mereka masing-masing. Jika kedua lingkaran itu mempunyai daerah yang sama, maka komunikasi menjadi mudah. Makin besar daerahnya akan berpengaruh pada daerah pengalaman (*field of experience*) yang dimiliki oleh keduanya. Menurut Schramm, setiap orang di dalam proses komunikasi sangat jelas menjadi *encoder* dan *decoder*. Kita secara konstant menyandi ulang tanda dari lingkungan kita, menafsirkan tanda itu, dan menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Proses kembali di dalam model ini disebut *feedback*, yang memainkan peran penting dalam komunikasi. Karena hal ini membuat kita tahu bagaimana pesan kita ditafsirkan.

6) Model Newcomb

Theodore Newcomb (1953) melihat komunikasi dari pandangan sosial psikologi. Model ini juga dikenal dengan nama model **ABX**. Model ini menggambarkan bahwa seorang (**A**) mengirim informasi kepada orang lain (**B**) tentang sesuatu (**X**). Model ini mengasumsikan bahwa orientasi A ke B atau ke X tergantung dari mereka masing-masing. Dan ketiganya memiliki sistem yang berisi empat orientasi.

- a) Orientasi A ke X
- b) Orientasi A ke B
- c) Orientasi B ke X
- d) Orientasi B ke A

Dalam model ini, komunikasi adalah suatu hal yang lumrah dan efektif yang membuat orang-orang dapat mengorientasikan diri mereka kepada lingkungannya. Ini adalah model tindakan komunikasi yang disengaja oleh dua orang.

7) Model Westley dan Maclean

Model ini berbicara dalam dua konteks, komunikasi interpersonal dan massa. Dan perbedaan yang paling penting di antara komunikasi interpersonal dan massa adalah pada umpan balik (*feedback*). Di interpersonal, umpan balik berlangsung cepat dan langsung, sedangkan di komunikasi massa, umpan baliknya bersifat tidak langsung dan lambat. Dalam komunikasi interpersonal model ini, terdapat lima bagian: orientasi objek (*object orientation*), pesan

(*messages*), sumber (*source*), penerima (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*). Sumber (A) melihat objek atau aktivitas lainnya di lingkungannya (X). Kemudian membuat pesan tentang hal itu (X') dan kemudian dikirimkan kepada penerima (B). Pada kesempatan itu, penerima akan memberikan umpan balik pada sumber. Sedangkan komunikasi massa pada model ini mempunyai bagian tambahan, yaitu penjaga gerbang (*gate keeper*) atau opinion leader (C) yang akan menerima pesan (X') dari sumber (A) atau dengan melihat kejadian disekitarnya (X1, X2). Lalu opinion leader membuat pesannya sendiri (X'') yang akan dikirim kepada penerima (B). Sehingga proses penyaringan telah terbentuk. Ada beberapa konsep yang penting dari model ini: umpan balik, perbedaan dan persamaan antara komunikasi interpersonal dan massa dan opinion leader yang menjadi hal penting di komunikasi massa. Model ini juga membedakan antara pesan yang bertujuan dan tidak bertujuan.

8) Model Gerbner

Model ini merupakan perluasan dari model komunikasi milik Lasswell, terdiri dari verbal dan model diagramatik.

Model Verbal: Seseorang (sumber) mempersepsi kejadian dan bereaksi dalam situasi melalui suatu alat (saluran, media, rakayasa fisik, fasilitas administratif, dan kelembagaan untuk distribusi dan kontrol) untuk menyediakan materi dalam suatu bentuk dan konteks yang mengandung isi dengan konsekuensi yang ada.

Model Diagramatik: Seseorang mempresepsikan kejadian dan mengirim beberapa pesan untuk pemancar yang akan mengiri, sinyal kepada penerima. Pada transmisi ini, sinyal akan menghadapi gangguan dan menjadi SSSE untuk si tujuan (hasil yang dikomunikasikan).

9) Model Berlo

Model ini hanya memperlihatkan proses komunikasi satu arah dan hanya terdiri dari empat komponen yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima (*receiver*). *Sumber* adalah pembuat pesan. *Pesan* adalah gagasan yang diterjemahkan atau koden yang berupa simbol-simbol. *Saluran* adalah media yang membawa pesan. Dan *penerima* adalah target dari komunikasi itu sendiri. Menurut model ini, sumber dan penerima dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: kemampuan berkomunikasi, perilaku, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Pesan merupakan perluasan yang berdasarkan elemen, struktur, isi, pemeliharaan, dan kode. Dan saluran adalah panca indera manusia. Hal yang positif dari model ini adalah, model ini dapat mencakup perlakuan dari komunikasi massa, publik, interpersonal, dan komunikasi tertulis. Model ini juga memiliki kelemahan. Model ini menganggap komunikasi sebagai fenomena yang statis. Tidak ada umpan balik. Dan komunikasi nonverbal dianggap sebagai hal yang tidak penting.

Model komunikasi Berlo menekankan komunikasi sebagai suatu proses. Disamping itu, juga menekankan ide *meaning are in the people* atau arti pesan yang dikirimkan pada orang yang menerima pesan bukan pada kata-kata itu sendiri. Melainkan dari arti atau makna kata pesan yang ditafsirkan si pengirim bukan pada apa yang ada dalam komponen pesan itu sendiri. Berlo juga mengubah pandangan orang menjadi menginterpretasikan komunikasi.

10) Model Defleur

Model ini merupakan model komunikasi massa. Dengan menyisipkan perangkat media massa (*mass medium device*) dan perangkat umpan balik (*feedback device*). Model ini menggambarkan sumber (*source*), pemancar (*trensmitter*), penerima (*receiver*), dan tujuan (*destination*) sebagai fase yang terpisah dalam proses komunikasi massa, serupa dengan fase – fase yang digambarkan Schramm. Fungsi dari penerima dalam model Defleur adalah menerima infoemasi dan menyandikannya. Menurut Defleur, komunikasi bukanlah sebuah pemindahan makna. Komunikasi terjadi dengan seperangkat komponen operasi di dalam sistem teoritis, dengan konsekuensinya adalah isomorpis di antara internal penerima kepada seperangkat simbol kepada sumber dan penerima.

11) Model komunikasi Linear

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical of*

Communication. Mereka mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (*linear communication model*). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci: sumber (*source*), pesan (*message*), dan penerima (*receiver*). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi.

12) Model interaksional

Model interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan asumsi lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim dan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role taking*). Patut dicatat bahwa model ini juga menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interaksional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan.

13) Model Transaksional

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerima pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional adalah proses kooperatif; pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna.

b. Komunikasi Interpersonal

Melalui komunikasi interpersonal kita berinteraksi dengan orang lain, mengenal mereka dan juga diri kita sendiri, mengungkapkan diri kepada orang lain dan seterusnya. Tidak terkecuali, apakah itu orang tua, sahabat, teman, kekasih atau orang-orang lainnya. Melalui komunikasi interpersonal inilah kita dapat membina, memelihara, menjaga hubungan yang kadang-kadang rusak lalu memperbaikinya kembali.²⁷

Dalam buku *Psikologi Komunikasi* Jalaluddin Rakhmat mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan konsep diri pada perilaku manusia yang akan mempengaruhi pola-pola

²⁷ Tendriola Idris. *Studi Kasus Komunikasi Interpersonal Antara Orang Tua Single Parent Dan Anak Dalam Menjalinkan Kebersamaan Di Kota Makassar*. 2016. (Skripsi Mahasiswa Universitas Hasanuddin Makassar)

interaksi dengan berbagai kalangan orang. Lebih dari itu, erat kaitannya dengan proses hubungan interpersonal yang vital bagi perkembangan kepribadian.²⁸

Pada hakikatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang terjadi pada dua individu, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-guru dan sebagainya.²⁹

Menurut R. Wayne Pace (1979) menyatakan dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hafied Cangara mengungkapkan bahwa Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang di maksud di sini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Menurut sifatnya, komunikasi interpersonal dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*).³⁰ Komunikasi diadik ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga

²⁸ Jalaluddin Rakhmat.. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: 1992.PT. Remaja Rosdakarya. Hal: 79-80

²⁹ Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: Akademia Permata. Hal- 75

³⁰ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: 1998. PT. Raja Grafindo Persada. Hal: 32

bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara berinteraksi satu sama lainnya.³¹

Komunikasi interpersonal suatu proses yang terorganisasi jadi sudah melampaui hubungan antar pribadi, maka *pribadi* mempunyai dua peranan: yaitu ia berkomunikasi untuk dirinya sendiri dan bertindak sebagai penerima di dalam proses tersebut.³²

Komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan di antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang, dengan berbagai efek dan umpan balik (*feedback*). Dalam definisi ini setiap komponen harus dipandang dan dijelaskan sebagai bagian-bagian yang terintegrasi dalam tindakan komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*).³³

Komunikasi interpersonal merupakan keharusan bagi setiap manusia, karena dengan komunikasi kebutuhan manusia akan bisa terpenuhi. Fungsi dan peranan komunikasi interpersonal dalam menciptakan kebahagiaan hidup manusia, di antaranya:³⁴

³¹ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: 1998. PT. Raja Grafindo Persada. Hal: 32

³² Djoenaesih S. Sunarjo, SU. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta. 1991. Liberty Yogyakarta. Hal: 97

³³ H.A.W. Widjaja. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: 2000. PT. Rineka Cipta. Hal: 122

³⁴ Herri Zan Pieter. *Pengantar Komunikasi dan Konseling*. Jakarta: 2012. PT. Kencana Prenada Media Group. Hal: 91

- 1) Membantu perkembangan intelektual dan sosial manusia;
- 2) Pembentukan identitas atau jati diri melalui komunikasi dengan orang lain;
- 3) Memahami realitas dan menguji kebenaran kesan-kesan atas pengertian tentang dunia sekitar, dan membandingkannya dengan kesan-kesan dan pengertian orang lain dan realitas yang sama;
- 4) Kesehatan mental yang sebagian besar juga ditentukan kualitas komunikasi dengan orang lain, terlebih bagi tokoh-tokoh *public figure* dalam hidupnya.

Komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan jalinan hubungan interaktif antara seorang dengan orang lain, di mana lambang-lambang pesan secara efektif di gunakan adalah bahasa. Sebagian besar komunikasi antarpribadi memiliki tujuan, seperti meminta saran dan pendapat kepada orang lain. Asumsi dasar komunikasi interpersonal adalah bahwa setiap orang yang berkomunikasi akan membuat prediksi data dan efek psikologis dari perilaku komunikasi, yakni bagaimana pihak yang menerima pesan memberikan reaksinya. Jika menurut persepsi komunikator reaksi komunikasi menyenangkan, maka ia akan merasa bahwa komunikasinya telah berhasil.³⁵

³⁵ Herri Zan Pieter. *Pengantar Komunikasi dan Konseling*. Jakarta: PT. Kencana Pernada Media Group. 2012. Hal: 92

Komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) disebut juga dengan komunikasi antarpribadi. Diambil dari terjemahan kata *interpersonal*, yang terbagi dalam dua kata, *inter*, berarti antara atau antar, dan *personal* berarti pribadi. Sedangkan definisi umum komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi yang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.³⁶

c. Teori Komunikasi Interpersonal

- 1) *Belief*. *Belief* adalah ratusan atau ribuan pernyataan yang kita buat mengenai diri dan dunia. Kepercayaan dapat bersifat umum ataupun khusus, dan itu disusun dalam sistem hal sentralitas atau pentingnya terhadap ego.
- 2) *Attitude*. *Attitude* adalah kelompok kepercayaan yang disusun disekitar objek fokal dan menyarankan pada orang untuk berperilaku dalam cara tertentu terhadap objek tersebut.
- 3) *Value*. *Value* adalah tipe kepercayaan khusus yang penting dalam sistem dan bertindak sebagai penuntun kehidupan. Nilai ada dua macam, nilai instrumental seperti kerja keras dan kesetiaan, merupakan garis penuntun bagi kehidupan yang menjadi dasar perilaku sehari-hari.³⁷

³⁶ Enjang AS, *Komunikasi Konseling, [Dari Wawancara, Seni Mendengar, sampai Soal Kepribadian]*. Bandung: Penerbit Nuansa. 2009. Hal: 68

³⁷ Herri Zan Pieter. *Pengantar Komunikasi dan Konseling*. Jakarta: 2012. PT. Kencana Pernada Media Group. Hal: 86-87

4. Tujuan komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan:³⁸

1) Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain.

2) Komunikasi interpersonal memberikan kepada kita untuk berbicara

tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku.

3) Menemukan Dunia Luar. Hanya komunikasi interpersonal

menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu sering kali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

4) Membentuk dan Menjaga Hubungan yang Penuh Arti. Salah satu

keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan

³⁸ *Ibid.* Hal- 96-97

memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

- 5) Berubah sikap dan tingkah laku. Banyak waktu kita digunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis dan membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu terlibat dalam posisi interpersonal.
- 6) Untuk bermain dan kesenangan. Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.
- 7) Untuk membantu. Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita

sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil, dan lain sebagainya.

5. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Efektivitas komunikasi interpersonal dimulai lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), dan kesetaraan (*equality*).³⁹

1) Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal.

a) Komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Inti tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

b) Aspek keterbukaan yang kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang.

³⁹ Herdiyana Maulana dan Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: 2013. Akademia Permata. Hal: 97-98

c) Aspek ketiga yaitu menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang kita lontarkan adalah memang milik kita dan kita bertanggung jawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata “saya” (kata ganti orang pertama tunggal).

2) Empati (*empathy*)

Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan:

- a) Keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai;
- b) Kosentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik, serta
- c) Sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3) Sikap Mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung

dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap:

- a) Deskriptif, bukan evaluatif;
- b) Spontan, bukan strategis; dan
- c) Provisional, bukan sangat yakin.

4) Sikap Positif (*positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara:

- a) Menyatakan sikap positif, dan
- b) Secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk berinteraksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang menikmati interaksi atau bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5) Kesetaraan (*equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya harus ada pengakuan secara

diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan tidak harus kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan “penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

6. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:⁴⁰

- a) Pihak-pihak yang melakukan komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Pihak yang dapat dikatakan melakukan komunikasi interpersonal harus berada dalam jarak jauh melainkan saling berdekatan *face to face*. Apabila salah satu lawan bicara menggunakan media dalam penyampaian pesan karena berbeda jarak, itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.
- b) Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal maupun nonverbal. Di dalam komunikasi interpersonal *feedback* yang diberikan oleh komunikator biasanya secara spontan, begitu juga dengan tanggapan dari komunikan. Dengan respons yang diberikan secara spontan dapat mengurangi kebohongan salah satu lawan

⁴⁰ Herdiyana Maulana dan Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: 2013. Akademia Permata. Hal: 100

bicara dengan cara melihat gerak gerik ketika sedang berkomunikasi.

- c) Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab peserta komunikasi. *Mutual understanding* akan diperoleh dalam komunikasi interpersonal ini, apabila di antara kedua belah pihak dapat menjalankan dan menerapkan komunikasi ini dengan melihat syarat-syarat yang berlaku seperti mengetahui waktu, tempat, dan lawan bicara.
- d) Kedekatan hubungan pihak-pihak komunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. Kita dapat membedakan seberapa dekat hubungan seseorang dengan lawan bicaranya, hal ini dapat dilihat dari respons yang diberikan. Misalnya kedekatan dalam berkomunikasi antara sepasang kekasih dengan sepasang persahabatan, melalui respons nonverbal kita dapat melihat mereka sepasang kekasih atau hanya teman biasa.

Komunikasi interpersonal dikatakan lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan

bicara. Komunikasi interpersonal sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.⁴¹

⁴¹ Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: 2013. Akademia Permata. Hal: 101