

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV. NEGERI PADANG

TEKNIK KOMUNIKASI dalam PEMBELAJARAN

MILIK PERPUSTAKAAN UNIV. NEGERI PADANG	
DITERIMA TGL. :	25 Maret 2009
SUMBER HARGA :	Harish
KOLEKSI :	K1
NO. INVENTORI :	90/HA/2009-t. (1)
KLASIFIKASI :	371.102 2 Anw t
	Teaching

Oleh:
Dr. Syafri Anwar, M.Pd

Disampaikan pada Kegiatan Pelatihan Relawan Kesehatan Hewan Nagari (RKHN)
dalam Rangka Penanggulangan Penyakit Flu Burung
Kerjasama Dinas Peternakan Prov.Sumbar dengan UNICEF
Tanggal: 20 s/d 22 Januari 2009 di Hotel Bumi Minang

TEKNIK KOMUNIKASI dalam PEMBELAJARAN

Oleh:

Dr. Syafri Anwar, M.Pd

Pendahuluan

Pada saat seorang anak manusia lahir ke muka bumi, maka pada saat itu pula proses komunikasi mulai berlangsung, meskipun komunikasi yang terjadi tidak sesempurna yang diharapkan. Sejak sang anak mulai remaja, lalu bergerak ke masa dewasa, sampai masa tua, proses komunikasi terus berlangsung tanpa sengaja, sehingga tidak ada seorang yang mampu menghitung telah berapa kata dan pesan yang disampaikannya kepada orang lain.

Dari berbagai sumber yang diperoleh dapat disimpulkan, bahwa tuntutan komunikasi bukan masalah kuantitas, tetapi masalah kualitas (Abizar, 1988). Maksudnya dari sejumlah pesan dan umpan balik yang terjadi selama proses komunikasi, seberapa jauh pesan itu dapat dimengerti dan dipahami oleh penerima pesan. Dengan kata lain, apakah komunikasi itu berjalan efektif atau tidak? Misalnya seorang yang berpidato dengan berapi-api, bersemangat, lantang, dan memakan waktu yang cukup lama, tetapi setelah kita tanyakan kepada pendengar apa maksud pidato sang orator, hanya sebagian kecil saja yang mengerti, sebagian besarnya tidak paham sama sekali. Di sini kita tahu bahwa dalam berkomunikasi kuantitas belum tentu menjamin sampainya pesan kepada pendengar.

Melihat contoh sederhana di atas, maka ketakutan seorang penyampai pesan seharusnya bukan karena tidak bisa menyampaikan pesan, tetapi takut apabila pesan yang disampaikannya tidak dimengerti/ tidak diterima oleh penerima pesan. Untuk kegiatan komunikasi sehari-hari, hal ini tentu tidak menjadi masalah, tetapi

untuk kepentingan-kepentingan tertentu yang bersifat resmi seperti; dalam proses belajar mengajar (di sekolah/ di perguruan tinggi), penyuluhan atau menyampaikan suatu program kepada sekelompok masyarakat, dan rapat-rapat formal, maka pengetahuan dan ketrampilan komunikasi yang efektif memang diperlukan. Untuk tujuan dimaksud, tulisan ini akan difokuskan pada beberapa hal yaitu: (1) pengertian komunikasi, (2) komponen proses komunikasi, (3) model-model komunikasi, (4) jenis-jenis komunikasi, (5) konteks komunikasi, (6) persepsi dalam komunikasi, (7) kesalahan persepsi dalam komunikasi, (8) hal-hal yang mempengaruhi kelancaran komunikasi, dan (9) bagaimana membangun komunikasi yang baik. Lebih jelas kita sajikan dalam pembahasan berikutnya.

Pembahasan

1. Pengertian

Salomon dalam Abizar (2008) menemukan 95 pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh para pakar. Dari sekian banyak pengertian, umumnya para ahli sepakat untuk membedakan pengertian secara umum dan pengertian secara khusus. Secara umum *komunikasi adalah kegiatan berbagi informasi (sharing information/ experiences)*, sedangkan secara khusus komunikasi adalah *proses di mana pesan di transfer dari suatu sumber (sources) kepada penerima (receivers)*. Sumber adalah orang yang menyampaikan pesan (ide, pikiran, dan perkataan), sedangkan penerima adalah orang menerima pesan (si pendengar). Contoh sumber pesan; guru, dosen, penyuluh masyarakat, dokter yang memberikan pengarahan dan layanan masyarakat untuk mensukseskan program-program kesehatan, penyuluh pertanian, juru kampanye, dan para mubaligh. Penerima pesan contohnya; individu, peserta didik/ siswa, mahasiswa, petani yang mengikuti

bimbingan penyuluhan, masyarakat yang dilatih untuk mengatasi kasus flu burung, dan para jemaah yang tengah mendapat siraman rohani dari para mubaligh.

2. Komponen Proses Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari kita banyak melihat orang yang saling berbicara satu sama lainnya. Bicara antara satu individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Kita tidak peduli dengan bentuk komunikasi yang mereka bangun, apa yang dibicarakan, dan komunikasi yang demikian berlalu saja dalam pandangan dan pikiran kita. Namun, apabila dipelajari secara teoretis, ternyata dalam proses komunikasi itu telah bermain berbagai indikator penting, yang disebut dengan komponen proses komunikasi. Shubert (1988) mengemukakan bahwa sekurangnya ada enam komponen proses komunikasi yang dimaksud yaitu; (1). Sumber (*source*), (2) pesan, (3) Saluran (*channel*), (4) penerima (*receiver*), (5) efek (*effect*), dan (6) umpan Balik (*feed back*).

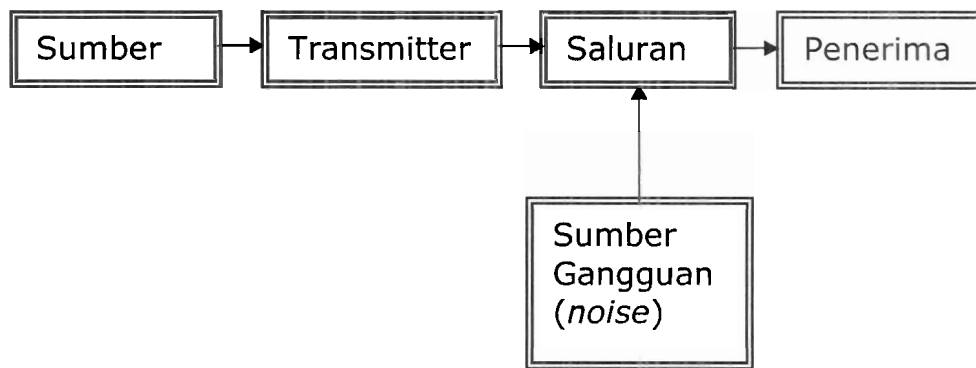
Sumber dan penerima pesan sudah dibicarakan sebelumnya. Penjelasan selanjutnya adalah; pesan, saluran, efek, dan umpan balik. Pesan yaitu informasi yang disampaikan oleh sumber pesan, saluran yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, efek tingkah laku/reaksi yang terjadi setelah menerima pesan, dan umpan balik yaitu respon yang diberikan oleh penerima pesan ke sumber pesan.

3. Model-model Komunikasi

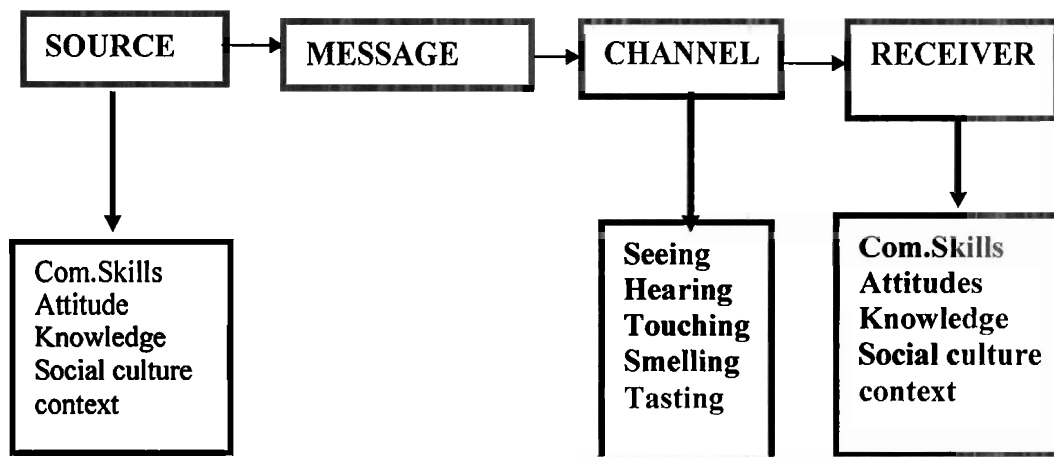
Shubert (1988) mengidentifikasi enam model komunikasi. Dua di antara model-model itu yang cukup mewakili adalah model Shanon dan model Berlo yang

terkenal dengan konsep SMCR (*source, message, channel, dan receiver*). Kedua gambar tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

a. Model Shanon Weaver



b. Model Berlo/ SMCR



4. Jenis-jenis Komunikasi

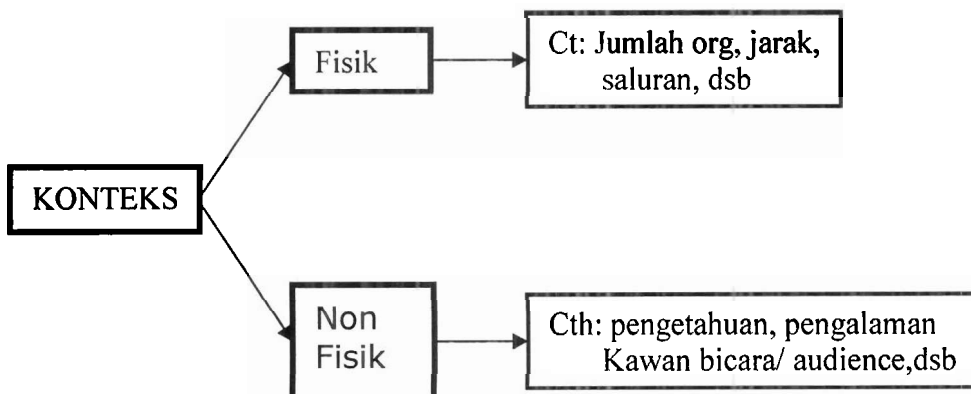
Sekurangnya ada tiga jenis komunikasi yang didasarkan atas kuantitas orang-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Ketiga jenis komunikasi yang dimaksud adalah (1) komunikasi interpersonal, (2) komunikasi kelompok kecil, (3) komunikasi Publik/Masa. Komunikasi interpersonal berlangsung antara satu individu dengan individu lainnya, jumlah orang yang terlibat sedikit, yakni dua orang. Komunikasi kelompok kecil berlangsung dalam jumlah yang lebih banyak. Misalnya antara antara guru dan siswa, seorang penyuluh pada kelompok posyandu. Komunikasi masa/ publik berlangsung dalam jumlah pendengar yang jauh lebih besar, misalnya komunikasi yang berlangsung saat kampanye dalam kegiatan pemilihan umum. Semakin banyak jumlah penerima pesan, dan semakin kompleks pesan yang akan disampaikan, semakin banyak diperlukan media komunikasi/ saluran yang dibutuhkan, dan tentunya semakin efektif pula pesan komunikasi dapat diterima oleh penerima pesan.

Komunikasi interpersonal, kelompok kecil, maupun publik dapat terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung, bertatap muka atau tidak. Kecanggihan sistem teknologi informasi saat ini telah memungkinkan komunikasi berlangsung dengan cepat dan akurat. Kehadiran telepon genggam atau *hand phone* (HP) dan *internet* di tengah masyarakat, mampu mempersingkat jarak secara relatif. Namun untuk daerah-daerah tertentu seperti daerah pedalaman, daerah terpencil, komunikasi dalam tatap muka masih sangat dibutuhkan.

5. Konteks Komunikasi

Konteks komunikasi berhubungan dengan tempat atau di lingkungan mana komunikasi itu berlangsung. Pengetahuan tentang lingkungan (fisik dan sosial) masyarakat tempat berlangsungnya proses komunikasi bertujuan untuk menetapkan pilihan-pilihan bahasa atau pesan yang hendak disampaikan. Pilihan kata dan gaya untuk masyarakat pedesaan yang jauh terpencil dari kota jelas tidak sama dengan kata dan gaya di perkotaan, atau di bangku perkuliahan. Dengan pilihan bahasa yang *familiar* bagi masyarakat penerima pesan diharapkan pesan dengan mudah dimengerti, dan program-program yang direncanakan dapat terwujud dengan baik.

Kontek atau lingkungan di mana kita berbicara dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu; (1) konteks secara fisik, dan (2) konteks non fisik. Konteks fisik misalnya jumlah orang yang terlibat dalam proses komunikasi, jarak (absolut dan relatif), bentuk saluran atau media komunikasi yang digunakan, daerah (aksesibilitasnya) dengan pusat pendidikan dan informasi. Konteks non fisik misalnya, status sosial, pengetahuan orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi, pengalaman, tingkat pendidikan, dan aspek psikologis lainnya. Apabila diskemakan maka gambarnya kira-kira seperti berikut ini.

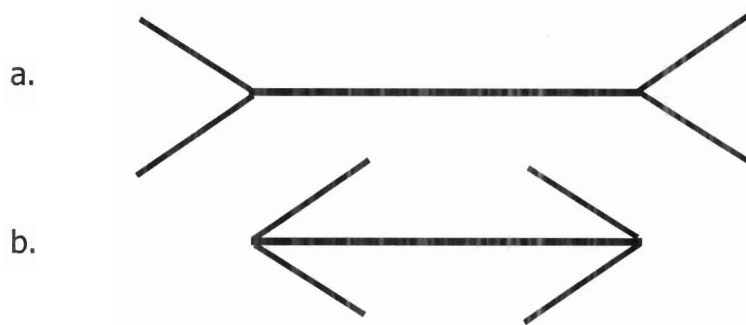


6. Persepsi dalam komunikasi

Secara sederhana persepsi diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap suatu objek yang dipersepsikan. Ada dua kemungkinan hasil persepsi yaitu "benar" dan "salah" atau persepsi positif dan negatif. Apabila persepsi yang berkembang dalam proses komunikasi adalah persepsi positif tentu tidak menjadi masalah. Namun sebaliknya, apabila yang berkembang adalah persepsi negatif maka proses komunikasi akan terganggu, dengan kata lain penyajian pesan akan terhambat. Persepsi negatif muncul akibat keterbatasan orang yang berpersepsi, keterbatasan ini boleh jadi karena latar belakang pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan. Yang Sangat dikhawatirkan adalah, apabila seseorang tidak menyadari bahwa persepsinya keliru, sehingga ia tetap bertahan dengan persepsinya itu.

Abisar (1988) mengemukakan bahwa, cukup banyak konflik yang terjadi akibat ketidaksadaran seseorang tentang keterbatasan persepsinya. Bila mereka menyadari kemungkinan kesalahan dari penginderaan mereka, mereka defensif untuk mengakui kesalahan-kesalahan penginderaan. Bila orang seperti itu ditekan, akan muncul penantangannya terhadap pernyataan kita, jangankan melemah malahan penantangan itu semakin kuat. Kita ambil kasus "flu burung" di mana petani/ peternak unggas (ayam, itik, burung) diminta untuk memelihara bahkan menyingkirkan hewan peliharaannya dalam masa yang relatif singkat, ada kemungkinan akan terjadi penolakan-penolakan. Penolakan ini muncul karena kesalahan persepsi, misalnya; program "flu burung" dianggap sebagai rekayasa pemerintah untuk mendapatkan dana kesehatan dunia saja, atau sekedar ikut dalam "isu global", dan lain sebagainya. Apabila persepsi ini berkembang, maka ini adalah tantangan yang mesti di atasi oleh penyampai pesan di masyarakat.

Kesalahan persepsi dapat dimisalkan seperti orang yang berbeda pendapat dengan suatu objek ukur seperti gambar berikut ini.



Orang pertama mengatakan mengatakan bahwa garis pada gambar "a" lebih panjang daripada garis pada gambar "b". Setelah diukur kedua garis tersebut ternyata sama panjangnya. Apabila semua garis tersebut ("a" dan "b") dijumlahkan panjangnya tetap sama. Ini berarti bahwa orang pertama telah mengalami salah persepsi.

7. Penyebab Kesalahan Persepsi

Sekurang-kurangnya ada dua penyebab terjadinya kesalahan persepsi yaitu: (1) kerusakan filter perseptual, dan (2) kerusakan filter psikologis. Kerusakan filter perseptual yaitu keterbatasan fisiologis yang melekat pada diri seseorang. Keterbatasan fisiologis misalnya; cacat yang dibawa sejak lahir, tidak berfungsinya bagian-bagian pada alat indera (terutama indera lihat dan indera dengar). Sedangkan kerusakan filter psikologis misalnya; keterbatasan pengalaman, pendidikan, sikap dan kepribadian, dan latar belakang kehidupan rumah tangga. Menurut hemat penulis, dalam memberikan bimbingan dan penyuluhan kepada masyarakat tentang suatu program, katakanlah program

penanganan kasus "flu burung" , kerusakan filter psikologis lebih berbahaya daripada pada kerusakan filter perseptual.

8. Beberapa hal yang mempengaruhi komunikasi

a. Halo effect

Suatu kecenderungan untuk menggunakan impressi menyenangkan/ tidak menyenangkan dari suatu ciri terhadap ciri lain. Misalnya seseorang yang sudah diberi cap pemalas. Di mata orang lain, orang tersebut akan dianggap tidak punya semangat, tidak bertanggung jawab, tidak disiplin, dan tidak punya motivasi. Sebaliknya orang yang diberi label "dermawan", maka pada diri orang itu melekat sifat lain seperti; alim, kaya, rendah hati, sabar, dan santun. Dapatkanlah informasi seoptimal mungkin mengenai seseorang, setelah itu buatlah keputusan.

b. Primry effect

Informasi pertama yang diterima seseorang mempengaruhi persepsi berikutnya tentang orang itu. Misalnya, seseorang yang dianggap "arogan" maka orang ini biasanya akan; dihindari, tidak dipedulikan, bahkan disingkirkan. Sebaliknya apabila seseorang dianggap baik, maka ia akan diajak bicara, didekati, dan diikuti dalam berbagai kesempatan. Sering kita melihat bahwa; "Kebanyakan orang merasa cukup percaya diri mengenai penilaian yang dilakukannya". Kita perlu hati-hati karena, "Persepsi yang salah mengenai seseorang, menyebabkan keputusan dan tindakan yang salah pula terhadap orang itu".

c. Stereotype

Secara sederhana stereotype merupakan generalisasi yang dibuat berdasarkan pengalaman pribadi. Misalnya, stereotype yang melekat pada orang Irian, katakanlah "suku Dani". Generalisasi terbentuk dengan sendirinya yaitu; terbelakang, tidak punya baju, dan seterusnya. Demikian juga generalisasi yang terbentuk terhadap orang Minang di Jakarta yang identik dengan "rumah makan", "pedagang" khususnya kaki lima. Generalisasi yang dibuat berkemungkinan "benar" dan berkemungkinan "salah". Apabila kita hanya "*Mengandalkan stereotype tanpa studi mendalam berakibat ketidaktentraman situasi sosial*".

9. Membangun Komunikasi

Salah satu upaya membangun komunikasi yang baik dikemukakan oleh Shubert (1974) yang dikenal dengan pendekatan REACH, singkatan dari *respect, empathy, audible, clarity, humble*. *Respect* yaitu sikap menghargai/menghormati setiap individu atau kelompok yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. *Empathy* artinya Menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi orang lain. *Audible* Pesan yang disampaikan dimengerti oleh penerima pesan. *Clarity* yaitu, Kejelasan informasi, tidak multi interpretasi, Perlu keterbukaan dan transparansi dalam menyampaikan sesuatu. *Humble* artinya, Rendah hati, menghargai orang lain, mendengar dan menerima kritik, tidak sombong, tidak memandang rendah orang lain, mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut, dan mengendalikan diri.

10. Saran-saran untuk para komunikator

Untuk tercapainya pesan yang disampaikan dalam berkomunikasi maka berikut adalah beberapa tip yang dapat ditawarkan yaitu

- Berkomunikasi sesuai tingkatan bahasa para pendengarnya.
- Mengerti kelas sosial para pendengarnya.
- Memahami latar belakang serta nilai-nilai yang dipegang teguh para pendengarnya. Seorang ahli presentasi pun akan sangat kesulitan menembus dan merubah "*kekebalan*" pendapat seorang individu apalagi kelompok masyarakat yang mengkonsumsi makanan pokok nasi menjadi gandum, kentang atau lainnya walaupun didukung "*bukti-bukti dan alasan yang kuat dan benar*". Demikian juga halnya dengan program dan kegiatan-kegiatan dalam pencegahan "flu burung".
- Gunakan media yang jelas dan mudah dipahami
- Lakukan pendekatan budaya atau perspektif lokal.

Penutup

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari sumber pesan (*sources*) terhadap penerima pesan (*receivers*). Permasalahan komunikasi baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dalam proses pembelajaran (di sekolah/ di PT), di masyarakat, di pasar, di forum-forum resmi tidak jauh berbeda, permasalahan komunikasi hanya satu saja yaitu; apabila pesan yang disampaikan tidak dimengerti oleh penerima pesan. Ada dua hal yang menyebabkan mengapa pesan tidak diterima dengan



sempurna oleh penerima pesan yaitu; akibat kesalahan/ kerusakan filter perseptual dan kerusakan filter psikologis.

Agar komunikasi berlangsung sukses beberapa pakar komunikasi menganjurkan beberapa pendekatan, salah satunya adalah pendekatan REACH yang dikembangkan oleh Shubert yang menyarankan berkomunikasi sesuai tingkatan bahasa para pendengarnya, mengerti kelas sosial para pendengarnya, dan memahami latar belakang serta nilai-nilai yang dipegang teguh para pendengarnya.

371. 602 2

Anw

t.1

Daftar Rujukan

Abizar.1988. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Depdikbud Dirjen Dikti.

Abizar. 2008. *Interaksi Komunikasi dan Pendidikan*. Padang: UNP Press.

Prijosaksono A., dan Sembel R. 2002. Komunikasi yang Efektif.

<http://www.sinarharapan.co.id>.

Shubert, Jean. 1974. *Human Communication. Concepts, Principles, and Skills*.

Michigan: Dept.of Communication MSU.