

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Suatu Pengantar dan Perspektif Islam

Psikologi dan komunikasi sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia karena objek kajian psikologi adalah perilaku manusia sedangkan komunikasi merupakan interaksi manusia itu sendiri. Oleh karena itu, dasar-dasar dari kedua ilmu ini sangat penting untuk dipahami. Hal ini selain akan sangat membantu dalam melakukan interaksi dengan orang lain juga dapat melatih kepekaan terhadap kondisi sosial disekitar kita.

Buku *Psikologi Komunikasi* ini hadir untuk mengantarkan mahasiswa memahami ruang lingkup psikologi komunikasi, karakteristik manusia komunikasi dan berbagai macam sistem komunikasi serta upaya mengembangkan komunikasi yang efektif ditinjau dari perspektif Islam. Hal ini dalam upaya untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam interaksi manusia.

Penyajian buku ini diawali dengan pembahasan tentang ruang lingkup psikologi komunikasi dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari sebagai gerbang awal dalam membangun pemahaman. Selanjutnya akan dibahas tentang karakteristik manusia komunikasi termasuk juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Bab berikutnya penulis mengajak pembaca untuk memahami komunikasi intrapersonal. Akan dibahas juga pada bab berikutnya tentang komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Dua bab terakhir membahas tentang psikologi komunikator dan psikologi pesan. Pada setiap bab akan disertakan soal latihan yang digunakan untuk mengukur pemahaman tentang bab yang telah dibahas.

Tinjauan dalam perspektif islam bertujuan untuk memberikan pemahaman bahwa psikologi (ilmu jiwa) dan komunikasi (interaksi manusia) juga diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits. Setelah mempelajari buku ini diharapkan pembaca mampu menjadi pribadi yang lebih bijaksana baik sebagai komunikator (pengirim pesan) maupun sebagai komunikan (penerima pesan). Lebih lanjut diharapkan dapat membangun komunikasi yang efektif sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.



UNIDA Gontor Press
Gedung Utama No.109 Universitas Darussalam Gontor
Jl. Raya Siman Km. 6, Demangan - Siman - Ponorogo - 63471
Telp. : +62 352 3574562; Fax : +62 352 488182
Email : press@unida.gontor.ac.id



RILA SETYANINGSIH

Remove Watermark Now

RILA SETYANINGSIH

PSIKOLOGI KOMUNIKASI
Suatu Pengantar dan Perspektif Islam



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Suatu Pengantar dan Perspektif Islam



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1 Angka 1 Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 1 Angka 4 Pemegang Hak Cipta adalah pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.

Ketentuan Pidana Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ a tau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ a tau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ a tau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/ a tau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Rila Setyaningsih

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

SUATU PENGANTAR DAN PERSPEKTIF ISLAM



PSIKOLOGI KOMUNIKASI

Suatu Pengantar dan Perspektif Islam

Penulis:

Rila Setyaningsih

Editor:

Ahad Hidayatullah Zarkasyi

Penata Letak:

Hadi Kurniawan

Perwajahan Sampul:

Arinta Umi Khomariatin

Cetakan I, Juli 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

All Rights Reserved.

197 + xvi hlm. ; 16 cm x 23 cm

ISBN: 978-602-5620-30-0

Diterbitkan oleh:

UNIDA Gontor Press

Kampus Pusat Universitas Darussalam Gontor

Jl. Raya Siman Km. 06, Demangan, Siman, Ponorogo,

Jawa Timur, 63471 - Telp. (+62352) 483762, Fax. (+62352) 488182

Email: press@unida.gontor.ac.id

KATA PENGANTAR PENERBIT

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan segala kenikmatan, rahmat serta kesempatan sehingga dapat menjalankan aktifitas sehari-hari.

Dalam Peraturan Menteri Riset dan Pendidikan Tinggi No.44 Tahun 2015 telah dijelaskan bahwa standar nasional pendidikan tinggi (SNP DIKTI) pasal 5, standar kompetensi lulusan adalah kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan dan keterampilan yang dinyatakan dalam rumusan capaian pembelajaran lulusan. Pengetahuan yang dimaksud adalah terkait dengan penguasaan konsep teori, metode dan/atau falsafah bidang ilmu tertentu. Adapun salah satu faktor pendukung yang digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan penguasaan konsep dan teori adalah ketersediaan bahan ajar bagi para tenaga pengajar.

Bahan ajar pada Perguruan Tinggi merupakan seperangkat sarana atau alat yang menjelaskan tentang materi perkuliahan yang dibuat secara sistematis serta menarik dengan tujuan memudahkan dosen dan mahasiswa dalam proses perkuliahan. Dengan begitu, dosen tidak lagi akan menyajikan terlalu banyak materi di kelas dan akan lebih fokus untuk membimbing mahasiswa yang menjadikan gairah dalam membangun suasana akademik di Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor khususnya

dan Perguruan Tinggi lain pada umumnya bisa semakin meningkat.

Kami berharap buku ajar ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan kita semua. Kami menyadari sepenuhnya bahwa mungkin buku ini masih ada kekurangan dan belum sempurna. Oleh sebab itu, kritik, saran serta usulan Anda demi perbaikan buku ini sangat kami harapkan.

Semoga buku ini bisa dipahami dengan baik oleh pembaca dan berguna untuk semua. Pada akhirnya kami berharap semoga karya penulis dijadikan amal jariyah di sisi Allah Subhanahu wa Ta'ala. Dan senantiasa kebaikan, keberkahan, dan keutamaan semoga selalu mengiringi hidup dan kehidupan kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ponorogo, September 2019

Penerbit

KATA PENGANTAR

Psikologi dan komunikasi sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia karena objek kajian psikologi adalah manusia sedangkan komunikasi merupakan interaksi manusia. Oleh karena itu, dasar-dasar dari kedua ilmu ini sangat penting untuk dipahami. Hal ini selain akan sangat membantu dalam melakukan interaksi dengan orang lain juga dapat melatih kepekaan terhadap kondisi sosial disekitar kita.

Penulis mengawali pembahasan tentang ruang lingkup psikologi komunikasi dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari sebagai gerbang awal dalam membangun pemahaman. Selanjutnya akan dibahas tentang karakteristik manusia komunikasi termasuk juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Bab berikutnya penulis mengajak pembaca untuk memahami komunikasi intrapersonal (sensasi, persepsi, memori, berfikir). Akan dibahas juga pada bab berikutnya tentang komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Dua bab terakhir membahas tentang psikologi komunikator dan psikologi pesan. Pada setiap bab akan disertakan soal latihan yang digunakan untuk mengukur pemahaman tentang bab yang telah dibahas.

Tinjauan dalam perspektif islam bertujuan untuk memberikan pemahaman bahwa psikologi (ilmu jiwa) dan komunikasi (interaksi manusia) juga diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits. Setelah mempelajari buku ini diharapkan pembaca mampu

menjadi pribadi yang lebih bijaksana baik sebagai komunikator (pengirim pesan) maupun sebagai komunikan (penerima pesan). Lebih lanjut diharapkan dapat membangun komunikasi yang efektif sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

Ponorogo, Agustus 2019

Rila Setyaningsih

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------|-----|
| KATA PENGANTAR PENERBIT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |

BAB 1

| | |
|--|----------|
| Karakteristik Manusia Komunikan | 1 |
| 1.1 Psikologi dan Jiwa | 2 |
| 1.2 Komunikasi..... | 6 |
| 1.3 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi | 23 |
| 1.4 Penggunaan Psikologi Komunikasi | 25 |

BAB 2

| | |
|---|-----------|
| Karakteristik Manusia Komunikan | 29 |
| 2.1 Konsep Psikologi Tentang Manusia..... | 30 |
| 2.2 Manusia dalam Perspektif Islam | 37 |
| 2.3 Faktor-faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia | 63 |
| 2.4 Faktor-faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia | 70 |
| 2.5 Etika Komunikan | 72 |

BAB 3

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| Komunikasi Intrapersonal | 79 |
| 3.1 Sensasi | 80 |

| | |
|-------------------|-----|
| 3.2 Persepsi..... | 86 |
| 3.3 Memori | 97 |
| 3.4 Berfikir..... | 105 |

BAB 4

| | |
|---------------------------------------|------------|
| Komunikasi Interpersonal | 127 |
| 4.1 Persepsi Interpersonal | 128 |
| 4.2 Konsep Diri | 130 |
| 4.3 Atraksi Interpersonal..... | 138 |
| 4.4 Hubungan Interpersonal | 142 |

BAB 5

| | |
|---|------------|
| Komunikasi Massa | 163 |
| 5.1 Pengertian Komunikasi Massa..... | 164 |
| 5.2 Efek Komunikasi Massa..... | 168 |
| 5.3 Teori dan Model Komunikasi Massa | 176 |
| 5.4 Hambatan Psikologis Komunikasi Massa..... | 185 |
| 5.5. Literasi Media Digital..... | 195 |

BAB 6

| | |
|--|------------|
| Psikologi Komunikator..... | 199 |
| 6.1 Kepercayaan (<i>Credibility</i>) | 201 |
| 6.2 Daya tarik (<i>Attractiveness</i>) | 207 |
| 6.3 Kekuasaan..... | 209 |
| 6.4 Etika Komunikator | 212 |

BAB 7

| | |
|-----------------------------|------------|
| Psikologi Pesan..... | 219 |
| 7.1 Pesan Verbal..... | 220 |

| | |
|--|-----|
| 7.2 Pesan Nonverbal | 224 |
| 7.3 Organisasi, Struktur, dan Imbauan Pesan..... | 130 |
| DAFTAR PUSTAKA | 233 |

BAB 1

PSIKOLOGI KOMUNIKASI

A. Deskripsi Singkat

Pokok bahasan dalam bab ini berisi tentang psikologi komunikasi beserta ruang lingkup dan penggunaannya. Bab ini juga mencoba melihat psikologi komunikasi dalam perspektif Islam. Jiwa yang merupakan bagian dari pembahasan psikologi telah secara rinci dibahas dalam Al-Qur'an dan Hadits. Demikian juga komunikasi, banyak dalil yang menyinggung tentang bagaimana sebaiknya dan seharusnya manusia berkomunikasi dalam lingkungannya. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Uraian tentang psikologi & jiwa
2. Penjelasan tentang proses komunikasi
3. Penjelasan tentang ruang lingkup psikologi komunikasi
4. Penjelasan tentang penggunaan psikologi komunikasi

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab psikologi komunikasi, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menguraikan kembali tentang psikologi dan jiwa
2. Mampu menjelaskan tentang proses komunikasi

3. Mampu menjelaskan tentang ruang lingkup psikologi komunikasi
4. Mampu menjelaskan penggunaan psikologi komunikasi dalam kehidupan

C. Pembahasan

1.1 Psikologi dan Jiwa

Psikologi dan komunikasi adalah dua bidang yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu sama-sama melibatkan manusia sebagai objek kajiannya. Jika psikologi membahas tentang perilaku dan proses mental manusia, maka komunikasi membahas bagaimana manusia berperilaku atau berinteraksi dalam lingkungannya.

Secara etimologis konsep psikologi berasal dari bahasa Yunani Kuno *psyche* yang artinya jiwa dan *logia* yang artinya ilmu. Jadi psikologi dapat diartikan dengan ilmu yang mempelajari tentang jiwa (Laksana: 2015). Sedangkan menurut Dakir (1993), psikologi membahas tingkah laku manusia dalam hubungannya dengan lingkungan. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian psikologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia, baik sebagai individu maupun dalam hubungannya dengan lingkungannya. Tingkah laku tersebut berupa tingkah laku yang tampak maupun tidak tampak, tingkah laku yang disadari maupun yang tidak disadari.

Adapun dalam Islam konsep jiwa telah banyak dibahas. Jiwa dalam bahasa Arab di kenal dengan istilah *Nafs* (النفس) merupakan suatu kata yang memiliki arti banyak, sehingga harus dipahami sesuai dengan penggunaannya. Kata *Nafs* (النفس) dalam Alqur'an memiliki beberapa arti, yaitu sebagai berikut:

1. Jiwa atau sesuatu yang memiliki eksistensi dan hakikat. Dalam pengertian ini, Nafs terdiri atas tubuh dan ruh, sebagaimana disebutkan dalam ayat Alqur'an:

وَكَتَبْنَا عَلَيْهِمْ فِيهَا أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ

Artinya: "dan Kami telah tetapkan terhadap mereka di dalamnya (At Taurat) bahwasanya jiwa (dibalas) dengan jiwa ".(Al-Maidah : 45).

2. Nyawa yang menyebabkan adanya kehidupan. Apabila nyawa ini hilang, maka kematian akan dialami. Nafs dalam artian ini tercantum dalam Al-qur'an:

وَالْمَلَائِكَةُ بَاسِطُو أَيْدِيهِمْ أَخْرَجُوا أَنْفُسَكُمْ الْيَوْمَ تُجْزَوْنَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنْتُمْ تَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ غَيْرَ الْحَقِّ وَكُنْتُمْ عَنْ آيَاتِهِ تَسْتَكْبِرُونَ

Artinya: "...Para Malaikat memukul dengan tangannya, (sambil berkata): "Keluarkanlah nyawamu" di hari ini kamu dibalas dengan siksa yang sangat menghinakan,...." (Al-An'am : 93).

3. Suatu sifat pada manusia yang memiliki kecenderungan kepada kebaikan dan juga kejahatan. Hal ini tampak dalam ayat Alqur'an:

فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ فَأَصْبَحَ مِنَ الْخَاسِرِينَ

Artinya: "Maka hawa nafsu Qabil menjadikannya menganggap mudah membunuh saudaranya, sebab itu dibunuhnyalah, Maka jadilah ia seorang di antara orang-orang yang merugi." (Al-Maidah : 30).

4. Sifat pada diri manusia yang berupa perasaan dan indra yang ditinggalkannya ketika ia tertidur, hal ini sebagaimana tercantum dalam Alqur'an:

اللَّهُ يَتَوَفَّى الْأَنْفُسَ حِينَ مَوْتِهَا وَالَّتِي لَمْ تَمُتْ فِي مَنَامِهَا فَيُمْسِكُ
الَّتِي قَضَىٰ عَلَيْهَا الْمَوْتَ وَيُرْسِلُ الْأُخْرَىٰ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى

Artinya: "Allah memegang jiwa (orang) ketika matinya dan (memegang) jiwa (orang) yang belum mati di waktu tidurnya; Maka Dia tahanlah jiwa (orang) yang telah Dia tetapkan kematiannya dan Dia melepaskan jiwa yang lain sampai waktu yang ditetapkan...." (Az-Zumar : 42).

Dari beberapa definisi di atas dapat di simpulkan bahwa *Nafs* (jiwa) dalam pandangan Islam adalah diri manusia itu sendiri, nyawa (roh) yang menyebabkan adanya kehidupan, sifat yang mendorong manusia untuk melakukan suatu perbuatan dan perasaan pada diri manusia.

Di dalam Al-Qur'an Allah Swt. membagi jiwa kepada tiga sifat (karakter), yaitu *nafs al-muthmainnah*, *nafs al-lawwamah* dan *nafs amarah bi-su'*.

1. Jiwa yang tenang (*nafs al-muthmainnah*) adalah jiwa yang sempurna yang tersinari oleh cahaya hati, sehingga ia tersterilkan dari karakter-karakternya yang buruk, berakhlak dengan akhlak terpuji, menghadap ke arah hati total, melangkah terus menuju ke arah yang benar, menjauh dari posisi yang kotor, terus menerus melakukan ketaatan, berjalan menuju tempat yang luhur, Hal ini sesuai firman Allah SWT:

يَا أَيَّتُهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ﴿٢٧﴾ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً
﴿٢٨﴾ فَادْخُلِي فِي عِبَادِي ﴿٢٩﴾ وَادْخُلِي جَنَّتِي ﴿٣٠﴾

Artinya: “wahai jiwa yang tenang (*muthmainnah*), kembalilah engkau kepada Tuhanmu dalam keadaan rida dan diridhai, masuklah engkau ke dalam jajaran hamba-hamba-Ku dan masuklah engkau ke surga-Ku” (Al-Fajr: 27-30)

2. Jiwa yang sadar (*nafs al-lawwamah*) adalah jiwa yang tersinari oleh cahaya hati sesuai dengan kadarsadarnya ia dari kelalaian lalu ia sadar. Dia memulai dengan memperbaiki kondisinya dalam keadaan ragu diantara posisi ketuhanan dan posisi makhluknya. Jiwa ini berada di sanubari. Ia ibarat pertahanan yang menghalau setiap dosa yang menyerang dan memperkuat kekuatan kebaikan. Jika seseorang melakukan sebagian dosa, maka kekuatan spiritual atau sanubari (*nafs al-lawwamah*) segera memperingatkannya, mencela dirinya sendiri, lalu bertobat dan kembali kepada Allah memohon keampunan dariNya. Sebagaimana Allah menyebutnya dalam Al-Qur’an,

وَلَا أُقْسِمُ بِالنَّفْسِ اللَّوَّامَةِ

Artinya: “Aku bersumpah dengan jiwa yang banyak mencela diri (*nafs al-lawwamah*).” (Al-Qiyamah: 2)

3. Ketiga, jiwa amarah (*nafs al-amarah bi su’*), menurut al-Jurjani adalah jiwa yang cenderung kepada tabiat fisik (*thabi’ah badaniyyah*) dan memaksa hati untuk menuju posisi kerendahan. Jiwa amarah merupakan tempat keburukan dan sumber akhlak tercela dan perbuatan-perbuatan buruk. Allah Swt. berfirman,

وَمَا أُبْرِيءُ نَفْسِي ۚ إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ إِلَّا مَا رَجِمَ رَبِّي ۚ إِنَّ رَبِّي
عَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Dan aku tidak membebaskan diriku (dari kesalahan), karena sesungguhnya nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan, kecuali nafsu yang diberi rahmat oleh Tuhanku. Sesungguhnya Tuhanku Maha Pengampun lagi Maha Penyanyang.” (Yusuf: 53)

1.2 Komunikasi

Istilah komunikasi (dari bahasa Inggris “*communication*”), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna *berbagi* atau *menjadi milik bersama* yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Adapun definisi komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Pengertian komunikasi menurut Ruben dan Steward (1998) komunikasi manusia yaitu: *Human communication is the process through which individuals—in relationships, group, organizations and societies—respond to and create messages to adapt to the environment and one another*. Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan antara dua orang atau lebih dengan cara yang efektif, sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti. Dalam penyampaian dan penerimaan informasi ada dua pihak yang terlibat yaitu komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima).

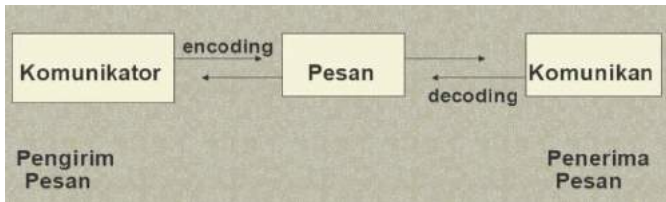
Dalam berkomunikasi keberhasilan komunikator atau komunikan sangat ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya kecakapan, pengetahuan, sikap, sistem sosial, dan kondisi lahiriah. Lasswell, dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa/linguistik), dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Komunikasi yang efektif terjadi apabila terdapat kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Adapun proses yang terjadi adalah *encode* (menyandi) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Dalam hal ini komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Proses kedua berupa *decode* (penyandian balik) pesan dari komunikator. Komunikan menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator dalam konteks pengertian/pemahaman. Komunikasi efektif terjadi apabila komunikator dapat menyandi dan komunikan mampu menerjemahkan sandi tersebut sehingga terdapat kesamaan makna.

Gambar 1: Proses Komunikasi



Sumber: dokumen penulis

2. Proses komunikasi sekunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang (*symbol*) sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi kepada komunikan. Hal ini dikarenakan komunikan sebagai sasaran komunikasi berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Proses komunikasi skunder dapat diklasifikasikan menjadi dua yakni komunikasi massa dan komunikasi nirmassa. Komunikasi massa (komunikasi bermedia) merupakan jenis komunikasi skunder dengan media berupa cetak maupun elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan internet. Adapun komunikasi nirmassa adalah bentuk komunikasi skunder dengan menggunakan media seperti telepon, surat, dan media sosial seperti whatsapp dan blackberry messenger.

Dari penjabaran di atas, komunikasi berperan penting bagi kehidupan manusia. Setiap interaksi manusia merupakan bentuk komunikasi. Setiap saat pasti manusia di dunia ini melakukan komunikasi, baik itu komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal. Baik komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal,

maupun komunikasi massa.

Dalam komunikasi terdapat setidaknya lima unsur yang berperan di dalamnya, sebagaimana teori Lasswell "*who say what to whom with what channel with what effect*".

1. Komunikator

Komunikator merupakan orang atau kelompok orang yang menyampaikan pesan, disebut juga dengan *source* / sumber. Pada dasarnya komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain/komunikan (Carl I. Hovland, 2007: 68). Pada definisi komunikasi di atas, disebutkan bahwa 'komunikator' adalah orang yang menyampaikan rangsangan. Harrold Lasswell mengatakan: komunikator atau sering disebut juga sumber (*source*), pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), pembicara (*speaker*), atau originator. Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.

Sekalipun fungsinya sama yaitu sebagai pengirim pesan, sebetulnya masing-masing istilah itu memiliki ciri khas tersendiri, terutama tentang sumber. Seorang sumber bisa jadi komunikator/pembicara. Sebaliknya, seorang komunikator tidak selalu sebagai sumber. Bisa jadi ia menjadi pelaksana (*eksekutor*) dari seorang sumber untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai atau individu.

Diperlukan persyaratan tertentu bagi para komunikator dalam sebuah program komunikasi, baik dalam segi sosok kepribadian maupun dalam kinerjanya. Dari segi kepribadian,

agar pesan yang disampaikan bisa diterima oleh khalayak maka seseorang komunikator diharapkan mempunyai hal-hal berikut (Ruben&Stewart, 1998; 105-109):

- a. Memiliki **kedekatan (*proximity*)** dengan khalayak. Jarak seseorang dengan sumber memengaruhi perhatiannya pada pesan tertentu. Semakin dekat jarak semakin besar pula peluang untuk terpapar pesan itu. Hal ini terjadi dalam arti jarak secara fisik ataupun secara sosial.
- b. Mempunyai **kesamaan dan daya tarik sosial dan fisik**. Seorang komunikator cenderung mendapat perhatian jika penampilan fisiknya secara keseluruhan memiliki daya tarik (*attractiveness*) bagi audiens.
- c. **Kesamaan (*similarity*)**, merupakan faktor penting lainnya yang memengaruhi penerimaan pesan oleh khalayak. Kesamaan ini antara lain meliputi gender, pendidikan, umur, agama, latar belakang sosial, ras, hobi, dan kemampuan bahasa. Kesamaan juga bisa meliputi masalah sikap dan orientasi terhadap berbagai aspek seperti buku, musik, pakaian, pekerjaan, keluarga, dan sebagainya. Preferensi khalayak terhadap seorang komunikator berdasarkan kesamaan budaya, agama, ras, pekerjaan, dan pendidikan berpengaruh terhadap proses seleksi, interpretasi, dan pengingatan pesan sepanjang hidupnya.
- d. **Kredibilitas**, khalayak cenderung memerhatikan dan mengingat pesan dari sumber yang mereka percaya sebagai orang yang memiliki pengalaman dan atau pengetahuan yang luas. Menurut Ferguson, ada dua faktor kredibilitas yang sangat penting untuk seorang sumber: dapat dipercaya (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertise*). Faktor-faktor lainnya adalah tenang/sabar (*composure*),

dinamis, bisa bergaul (*sociability*), terbuka (*extroversion*) dan memiliki kesamaan dengan audiens. Cara komunikator menyampaikan pesan berpengaruh terhadap audiens dalam memberi tanggapan terhadap pesan tersebut. Respon khlayakakan berbeda menanggapi pesan yang ditunjukkan untuk kepentingan informasi (*informative*) dari pesan yang diniatkan untuk meyakinkan (*persuasive*) mereka.

- e. **Pandai** dalam cara penyampaian pesan. Gaya komunikator menyampaikan (*delivery*) pesan juga menjadi faktor penting dalam proses penerimaan informasi.
- f. **Dikenal status, kekuasaan dan kewenangannya.** Status di sini menunjuk kepada posisi atau ranking baik dalam struktur sosial maupun organisasi. Sedangkan kekuasaan (*power*) dan kewenangan (*authority*) mengacu pada kemampuan seseorang memberi ganjaran (*reward*) dan hukuman (*punishment*).

2. Pesan

Ada beberapa pengertian pesan, pesan merupakan bagian dari unsur-unsur komunikasi, Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa “Dalam proses komunikasi, pengertian pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda”. Pengertian pesan itu sendiri menurut Onong Uchjana Effendy merupakan terjemahan dari bahasa asing “*message*” yang artinya adalah lambang bermakna (*meaningful symbols*), yakni lambang yang membawakan pikiran atau perasaan komunikator (Effendy, 1993).

Menurut kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah suatu gagasan (ide) yang dituangkan dalam lambang-lambang untuk disebar dan kemudian diteruskan oleh komunikator.

Para ahli komunikator memulai dengan meneliti sedalam-dalamnya tujuan komunikasi dan mengapa "*know your audience*" merupakan ketentuan utama dalam komunikasi. Hal ini dikarenakan penting sekali mengetahui:

- a. Waktu yang tepat untuk suatu pesan
- b. Bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
- c. Sikap dan nilai yang harus ditampilkan secara efektif
- d. Jenis kelompok dimana komunikasi akan dilaksanakan (Effendy, 1993).

Adapun untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yang dirangkum dalam 7CSM, yaitu:

- a. Pesan itu harus cukup jelas (*clear*). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
- b. Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*). Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
- c. Pesan itu ringkas (*concise*) tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
- d. Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*). Ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.

- e. Pesan itu nyata (*concrete*), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar palsu atau *hoax*.
- f. Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.
- g. Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convincing*). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.
- h. Pesan itu disampaikan dengan *segar*.
- i. Nilai pesan itu sangat *mantap*, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya (Siahaan, 1991).

Supaya pesan komunikasi mencapai sasaran yang dituju, maka diperlukan adanya faktor daya tarik, kejelasan dan kelengkapan yang dipergunakan. Dikatakan oleh Schramm, untuk menciptakan daya tarik, pesan hendaknya dirancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa dan dilandasi upaya membangkitkan kebutuhan pribadi dan menyarankan beberapa cara memperoleh kebutuhan tersebut (Effendy, 1985). Faktor daya tarik pesan berkaitan dengan motif komunikasi. Disini dibutuhkan suatu imbauan pesan yang maksudnya adalah upaya komunikator untuk menyentuh motif yang dapat menggerakkan atau mendorong perilaku komunikasi (Rakhmat, 1993).

3. Komunikan

Komunikan yakni orang atau sekelompok orang yang menerima pesan. Menurut Riswandi (2008: 4) Komunikan disebut juga dengan penerima (*receiver*), sasaran/ tujuan, komunikate, penyandi balik (*decoder*) atau khlayak, pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yaitu orang yang menerima dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan. Penerima pesan menafsirkan

seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima. Pembahasan lebih lanjut terkait karakteristik komunikasi akan diuraikan pada Bab 2.

4. Media

Media komunikasi adalah suatu sarana komunikasi bisa berupa alat atau sarana yang digunakan komunikator dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada orang banyak. Media komunikasi manusia adalah pancaindera khususnya mata dan telinga. Fungsi media komunikasi adalah untuk kita melihat, menafsirkan, memahami sesuatu informasi yang ada disekitar kita. Bayangkan jika disekitar kita tidak ada komunikasi, kita akan merasa sepi dan terisolir dengan lingkungan sekitarnya. Komunikasi tanpa adanya lingkungan juga tidak akan berjalan dengan baik.

Dan bagi manusia untuk berkomunikasi tentunya membutuhkan media komunikasi, media ini yang dimaksud berupa sarana, penyalur dan penyaji informasi. Pada kehidupan masyarakat dewasa ini komunikasi sangatlah penting. Karena saat ini orang sangat cepat dalam mencari informasi yang tepat, akurat, mudah dan efektif. Ada beberapa fungsi yang perlu diketahui dari media komunikasi diantaranya:

- a. Media komunikasi sebagai sarana mempermudah dalam penyampaian suatu komunikasi kepada orang banyak.
- b. Media komunikasi sebagai sarana untuk mempercepat informasi sampai.
- c. Media komunikasi sebagai sarana untuk mempercepat isi pesan yang sifatnya abstrak.
- d. Media komunikasi dapat sebagai sarana untuk komunikasi agar lebih bersemangat.

5. Efek

Fek adalah dampak/imbas yang terjadi dari proses komunikasi yang meliputi efek *kognitif* (pengetahuan), *afektif* (pemahaman), dan *konatif/behavioral* (perilaku).

Hal penting dalam berkomunikasi adalah mengupayakan sebaik mungkin agar pesan yang disampaikan oleh komunikator menimbulkan efek pada komunikan sesuai harapan dan tujuan komunikator. Efek yang ditimbulkan ketika berkomunikasi ada tiga, yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif/behavioral.

a. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana suatu komunikasi memberikan informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Dalam efek kognitif, pesan yang disampaikan menyebabkan komunikan menjadi lebih paham dan mengerti.

b. Efek Afektif

Dalam efek afektif, pesan yang disampaikan komunikator tidak hanya menjadikan komunikan tahu, namun membuat komunikan tergerak hatinya, sehingga menimbulkan perasaan tertentu.

c. Efek Konatif/Behavioral

Dalam efek behavioral, pesan yang disampaikan kepada komunikan selain menjadikan komunikan tahu dan tergerak hatinya, juga akhirnya komunikan melakukan suatu tindakan. Sebagai contoh adanya efek dalam berkomunikasi dapat dilihat jika melihat seorang penjual membuat iklan mengenai suatu barang dengan merek X yang diproduksi di televisi.

Masyarakat atau calon pembeli menjadi tahu mengenai barang dengan merk X ini (tahap kognitif). Di antaranya ada yang tergerak hatinya terhadap penampilan atau tayangan iklan tersebut, sehingga hatinya menjadi senang atau suka bila ada iklan tersebut (tahap afektif). Karena terpengaruh oleh rasa suka, akhirnya membeli barang X yang ditawarkan tersebut (tahap konatif/behavioral).

Paul Watzlawick menyatakan terdapat lima aksioma dalam komunikasi:

a. Anda tidak dapat tidak berkomunikasi

Seluruh perilaku kita adalah bentuk komunikasi, verbal maupun non-verbal. Diam sekalipun merupakan komunikasi jika hal itu memberikan makna kepada komunikan.

b. Setiap interaksi memiliki dimensi isi dan hubungan

Dimensi isi merupakan tingkat data/informasi yg menggambarkan perilaku yang diharapkan sebagai respons (tanggapan), sedangkan dimensi hubungan adalah bagaimana hubungan yang dipertukarkan itu diterjemahkan, sinyal apa yang dipikirkan seseorang tentang orang lainnya.

c. Setiap interaksi diartikan oleh bagaimana para pelaku interaksi menjelaskan kejadian

Komunikasi bersifat sirkuler-berkesinambungan-rangkaian kejadian yg terus-menerus. Sehingga kadang sulit dibedakan yang mana stimulus dan yang mana respon.

d. Pesan bersifat digital dan analog

Pesan dapat berbentuk digital berupa simbol verbal (bahasa/linguistik), dan juga analog berupa simbol-simbol non verbal.

e. Pertukaran komunikasi bersifat simetrik dan komplementer

Simetrik jika perilaku seseorang dicerminkan oleh orang lain, terjadi persaingan (*symmetrical escalation*). Komplementer jika perilaku seseorang berlawanan dengan perilaku kita sehingga hubungan kaku dan tidak ada kebebasan.

Dalam berkomunikasi diperlukan juga etika yang berlaku kapan saja dan di mana saja, disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Adapun dalam Islam istilah atau "konteks" komunikasi antara lain ditemukan dalam lafadz "*Qaulan*" (perkataan). Ada 6 istilah *Qaulan* yang menjadi panduan Islami dalam berkomunikasi: *Qaulan Sadida* (QS. An-Nisa:9), *Qaulan Baligha* (QS. An-Nisa': 63), *Qaulan Ma'rufa* (QS. Al-Baqarah: 235; QS. An- Nisa': 5& 8; QS. Al-Ahzab: 32), *Qaulan Karima* (QS. Al-Isra': 23), *Qaulan Layina* (QS. Thaha: 44), *Qaulan Maisura* (QS. Al-Isra': 28).Keenam ayat tersebut mendukung ayat yang menjadi prinsip dasar komunikasi dalam Islam:

...وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا...

Artinya: "...Dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik (*husna*)..." (QS. Al-Baqarah:83).

1. *Qaulan Sadida*: Perkataan yang Benar

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيْلِقُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (*kesejahteraan*) mereka. Oleh sebab

itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Qaulan Sadida –perkataan yang benar” (QS. An-Nisa’ :9).

Dalam Tafsir Al-Qurtubi dijelaskan, as-sadid yaitu perkataan yang bijaksana dan perkataan yang benar.

Dalam beromunikasi (berbicara) harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.

....وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ

Artinya: “Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta” (QS. Al-Hajj:30).

Diperjelas juga dalam Hadits Rasulullah saw: “Katakanlah kebenaran walaupun pahit rasanya” (HR Ibnu Hibban).

2. *Qaulan Baligha*: Berdampak, Efektif

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.” (QS An-Nisa’ :63).

Dalam Tafsir al-Maraghi diterangkan, Qoulun Balighan yaitu “perkataan yang bekasnya hendak kamu tanamkan di dalam jiwa mereka”. Kata baligh berarti tepat, lugas, fasih, dan jelas maknanya. Qaulan Baligha artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah

dimengerti, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka. “*Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kadar akal (intelektualitas) mereka*” (H.R. Muslim).

Dalam ayat lain disebutkan:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

Artinya: “Tidak kami utus seorang rasul kecuali ia harus menjelaskan dengan bahasa kaumnya, supaya ia memberi penjelasan dengan terang kepada mereka...” (QS.Ibrahim:4)

3. *Qaulan Ma'rufa*: Kata-Kata yang Baik

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.” (QS An-Nisa’:5)

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, Maka berilah mereka dari harta itu (sekadarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik” (QS An-Nisa’

:8).

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْنُتُمْ فِي أَنْفُسِكُمْ ۗ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ سَتَذْكُرُونَهُنَّ وَلَكِنْ لَا تُوَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّا أَنْ تَقُولُوا قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebutkan mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekadar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang baik...” (QS. Al-Baqarah:235).

وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدَىٰ

Artinya: “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.” (QS. Al-Baqarah: 263).

يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ ۗ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Hai istri-istri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya] dan ucapkanlah perkataan yang baik.” (QS. Al-Ahzab: 32).

Prinsip komunikasi Islam Qaulan Ma’rufa artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasar), dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. Qaulan Ma’rufa juga bermakna

pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat). Dalam Tafsir Al-Qurtubi dijelaskan, Qaulan Ma'rufa yaitu melembutkan kata-kata dan menepati janji.

4. *Qaulan Karima* : Ucapan yang Mulia

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ
الْكَبِيرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا
قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: "Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada kedua orangtuamu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan 'ah' dan kamu janganlah membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka ucapan yang mulia" (QS. Al-Isra' : 23).

Qaulan Karima adalah perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam ayat tersebut perkataan yang mulia wajib dilakukan saat berbicara dengan kedua orangtua. Kita dilarang membentak mereka atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka. Qaulan Karima harus digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orangtua atau orang yang harus kita hormati. Qaulan Karima adalah «kata-kata yang hormat, sopan, lemah lembut di hadapan mereka» (Ibnu Katsir).

5. *Qulan Layina* : Lemah-Lembut

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا ...

Artinya: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah-lembut..." (QS. Thaha: 44).

Qaulan Layina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam Tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layina ialah kata-kata sindiran, bukan dengan kata-kata terus terang atau lugas, apalagi kasar. Ayat di atas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir'aun. Dengan Qaulan Layina, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya bergerak untuk menerima pesan komunikasi kita.

Menurut Tafsir Al-Qurtubi, ayat ini merekomendasikan untuk memberi peringatan dan melarang sesuatu yang munkar (kejahatan/keburukan) dengan cara yang simpatik melalui ungkapan atau kata-kata yang baik dan hendaknya hal itu dilakukan dengan menggunakan perkataan yang lemah-lembut, lebih-lebih jika hal itu dilakukan terhadap penguasa atau orang-orang yang berpangkat.

6. *Qaulan Maysura* : Mudah Dipahami

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

Artinya: "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhannya yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang mudah" (QS. Al-Isra' : 28).

Qaulan Maysura (Maisuran) bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan

dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, Qaulan Maysura adalah ucapan-ucapan yang pantas, halus, dan lembut. Menurut Tafsir Al-Azhar, ia adalah kata-kata yang menyenangkan. Karena kadang-kadang kata-kata yang halus dan berbudi lagi membuat orang senang dan lega, lebih berharga daripada uang.

1.3 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme diartikan sebagai usaha menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal ketika lambang-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli (Dance, 1967). Adapun Raymond S. Ross (1974) mengartikan komunikasi sebagai proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan-pemilihan bersama lambang secara kognitif, sedemikian rupa sehingga membantu orang lain (komunikan) untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh komunikan atau sumber.

Kamus psikologi, *Dictionary of Behavioral Science*, menyebutkan enam pengertian komunikasi:

- 1) Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara,
- 2) Penyampaian atau penerimaan signal atau pesat oleh organisme,
- 3) Pesan yang disampaikan,
- 4) Proses yang dilakukan satu sistem untuk mempengaruhi sistem yang lain melalui pengaturan signal-signal yang disampaikan,

- 5) Pengaruh satu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah yang lain,
- 6) Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.

Psikologi menyebut komunikasi merupakan proses penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak (adanya sensasi), pada peristiwa penerimaan dan pengelolaan informasi, pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Ruang lingkup psikologi komunikasi jugameliputi komunikasi antara manusia yang diuraikan dalam sistem komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

Terdapat beberapa fungsi komunikasi diantaranya memberikan informasi (*toinform*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to persuade*). Fungsi yang ketiga ini lazim disebut komunikasi persuasif yang sangat erat kaitannya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses memengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologi. Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah '*internal mediation of stimuli*', sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi¹.

Fisher menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi :

- 1) *Sensory reception of stimuli* (penerimaan stimuli secara inderawi),

¹ Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- 2) *Internal mediation of stimuli* (proses yang mengantarai stimulus dan respon),
- 3) *Prediction of response* (prediksi respon), dan
- 4) *Reinforcement of responses* (peneguhan respon). Psikologi komunikasi melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa yang telah lewat dapat meramalkan respon yang akan datang.

Psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan meramalkan dan mengendalikan sifat mental dan behavioral dalam komunikasi (George A. Miller). Adapun psikologi sosial merupakan usaha untuk memahami, menjelaskan, dan meramalkan bagaimana pikiran, perasaan dan tindakan individu dipengaruhi oleh apa yang dianggapnya pikiran, perasaan dan tindakan oranglain (yang kehadirannya boleh jadi sebenarnya, dibayangkan, atau disiratkan).

1.4 Penggunaan Psikologi Komunikasi

Urgensi psikologi komunikasi adalah untuk memahami perilaku manusia dalam proses komunikasi dengan tujuan mencapai komunikasi yang efektif. Adapun komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menimbulkan lima hal :

1. *Pengertian (Understanding)*

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator.

2. *Kesenangan (Happiness)*

Komunikasi ini disebut komunikasi fatis, dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi ini dapat membuat hangat, akrab, dan menyenangkan.

3. *Mempengaruhi sikap (Influence / change attitude)*

Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor –faktor pada diri komunikan. Persuasi didefinisikan sebagai “proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologisehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri”.

4. Hubungan Sosial yang baik (*Good social relationship*)

William Schutz (1996) merinci kehidupan sosial ini dalam tiga hal *inclusion, control, affection*. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk manumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskandengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian kekuasaan (*control*), dan cinta serta kasih sayang (*affection*).

Secara singkat kita ingin bargabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, dan kita ingin mencintai dan dicintai. Kebutuhan sosial ini dapat dipenuhi dengan komunikasi interpersonal efektif.

5. Tindakan(*Action*)

Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengetahuan memang tidak mudah, tetapi lebih sulit lagi untuk mempengaruhi sikap.Efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan kominkan.

Menimbulkan tindakan nyata memang indicator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikapatau dan menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Jadi, hal ini bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme

psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia.

D. Tes Formatif

1. Jelaskan konsep psikologi dan jiwa menurut pandangan Islam !
2. Komunikasi dalam istilah atau konteks Islam antara lain ditemukan dalam lafadz *Qaulan Sadida*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaulan Karima*, *Qaulan Layina*, dan *Qaulan Maisura*, Jelaskan masing-masing istilah tersebut!
3. Jelaskan apa yang menjadi ruang lingkup dalam pembahasan psikologi komunikasi !
4. Jelaskan urgensi psikologi komunikasi dalam kehidupan sehari-hari !

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian penggunaan rumusan berikut ini :

$$= \text{Nilai Anda} \frac{\text{Jumlah soal}}{\text{—}}$$

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|---------------|
| 91 – 100 | Sangat Baik |
| 81 – 90 | Baik |
| 71 – 80 | Cukup |
| 51 – 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 2

KARAKTERISTIK MANUSIA KOMUNIKAN

A. Deskripsi Singkat

Bab ini mengkaji tentang manusia sebagai pemeran utama dalam proses komunikasi. Psikologi membahas tentang bagaimana manusia memproses pesan yang diterimanya. Cara berfikir dan cara pandang manusia dipengaruhi oleh lambang-lambang yang dimiliki. Adapun perilaku manusia itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor personal maupun situasional. Selanjutnya bab ini akan ditutup dengan pembahasan tentang etika komunikasi yang didasarkan pada dalil Al-Qur'an maupun hadits. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang konsep psikologi tentang manusia
2. Uraian tentang konsep manusia dalam perspektif Islam
3. Penjelasan tentang faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia
4. Penjelasan tentang faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia
5. Uraian tentang etika komunikasi

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab karakteristik manusia komunikasi, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan tentang konsep psikologi tentang manusia
2. Mampu menguraikan tentang konsep manusia dalam perspektif Islam
3. Mampu menjelaskan faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia
4. Mampu menjelaskan faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia
5. Mampu menguraikan kembali tentang etika komunikasi

C. Pembahasan

2.1 Konsep Psikologi Tentang Manusia

Fokus kajian psikologi komunikasi adalah manusia komunikasi. Psikologi memandang komunikasi justru pada perilaku manusia komunikasi. Karena itu, penting terlebih dahulu kita mengenal diri kita. Kajian psikologi muncul ketika membicarakan bagaimana manusia memproses pesan yang diterimanya, bagaimana cara berpikir dan cara pandang manusia yang dipengaruhi oleh lambang-lambang yang dimiliki.

Ada sebuah kata bijak dari Victor E. Frankl:

“Manusia justru menjadi manusia ketika mempertanyakan apakah hidupnya bermakna”. Teori persuasi berlandaskan konsepsi psikoanalisis yang menyatakan bahwa manusia sebagai makhluk yang digerakkan oleh keinginan-keinginan terpendam (Homo Volens). Teori “jarum hipodermik”(media massa sangat berpengaruh terhadap perilaku manusia) dilandasi konsep behaviorisme yang memandang manusia sebagai makhluk yang digerakkan

oleh lingkungan (*Homo Mechanicus*). Teori pengolahan informasi dibentuk oleh konsepsi psikologi kognitif yang melihat manusia sebagai makhluk yang aktif mengorganisasikan dan mengolah stimuli yang diterimanya (*Homo Sapiens*). Teori-teori komunikasi interpersonal banyak dipengaruhi konsep psikologi humanistik yang menggambarkan manusia sebagai pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya (*Homo Ludens*).

Empat pendekatan psikologi yang paling dominan adalah

- a. Psikoanalisis,
- b. Behaviorisme,
- c. Psikologi kognitif, dan
- d. Psikologi humanistik.

Dalam bab ini akan dikaji masing-masing pendekatan.

Tabel 2.2
Empat Teori Psikologi

| Teori | Konsepsi | Tokoh | Kontribusi Pada Psikologi Sosial |
|---------------|------------------------------------|---|---|
| Psikoanalisis | Homo Volens (Manusia berkeinginan) | Freud, Jung, Adler, Abraham, Horney, Bion | Perkembangan kepribadian, Sosialisasi, Identifikasi, Agresi, Kebudayaan & perilaku |
| Kognitif | Homo Sapiens (Manusia berfikir) | Lewin, Heider, Festinger, Piaget, Kohibeng | Sikap Bahasa & berfikir, Dinamika Kelompok, Propaganda, Persepsi Interpersonal, Konsep |
| Behaviorisme | Homo Mechanicus (Manusia mesin) | Hull, Miller & Dollard, Rotter, Sklinner, Bandura | Diri, Eksperimen, Sosialisasi, Kontrol Sosial, Ganjaran & Hukuman, Konsep Diri, Transaksi |
| Humanisme | Homo Ludens (Manusia Bermain) | Rogers, Combs & Snygg, Moslowl, May Satir, Peris) | Interpersonal, Masyarakat dan Individu |

Sumber: Rachmat (2011:19)

a. **Konsepsi Manusia dalam Psikoanalisis**

Menurut Freud, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga subsistem dalam kepribadian yaitu Id, Ego, dan Superego.

- 1) **Id** adalah bagian kepribadian yang menyimpan dorongan –dorongan biologis dan pusat instink manusia. Dalam diri manusia, terdapat dua instink yang dominan: *Libido Instink reproduktif* yang menyediakan energi dasar untuk kegiatan-kegiatan yang konstruktif. Libido disebut sebagai instink kehidupan; *Thanatos Instink destruktif* yang agresif. Thanatos disebut sebagai instink kematian. Semua motif manusia adalah gabungan dari libido dan thanatos. Id bergerak berdasarkan prinsip kesenangan (*pleasure principle*), yakni ingin segera memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, id adalah tabiat hewani manusia.
- 2) **Ego** adalah mediator antara hasrat-hasrat hewani dengan tuntutan rasional dan realistik. Ego yang menyebabkan manusia mampu menundukkan hasrat hewannya dan hidup sebagai wujud yang rasional (pada pribadi yang normal). Ego bergerak berdasarkan prinsip realitas (*reality principle*).
- 3) **Superego** adalah hati nurani (*conscience*) yang merupakan internalisasi dari norma-norma sosial dan kultural masyarakatnya. Superego memaksa ego untuk menekan hasrat-hasrat yang tak berlainan ke alam bawah sadar.

Id dan superego berada dalam bawah sadar manusia. Ego berada di tengah, antara memenuhi desakan id dan peraturan superego. Secara singkat, dalam psikoanalisis perilaku manusia merupakan interaksi antara komponen biologis (id), komponen psikologis (ego), dan komponen sosial (superego); atau unsur animal, rasional, dan moral (hewani, akal, dan nilai).

b. Konsepsi Manusia dalam Behaviorisme

Menurut konsep ini manusia diibaratkan seperti mesin, manusia dipandang sebagai robot tanpa jiwa dan tanpa nilai. Konsep behaviorisme menganalisa perilaku yang tampak saja, yang dapat diukur, dapat dilukiskan dan diramalkan. Teori behavioris juga dikenal dengan nama teori belajar. Belajar artinya perubahan perilaku manusia disebabkan oleh pengaruh lingkungan. Dari situlah timbul konsep “manusia mesin” (*Homo Mechanicus*).

Behaviorisme merupakan gabungan dari 3 teori (Goldstein, 1980:17), yakni :

- a. Empirisme*, pada waktu lahir manusia tidak mempunyai “warna mental”. Secara psikologis, ini berarti seluruh perilaku manusia, kepribadian, dan temperamen ditentukan oleh pengalaman indrawi (*sensory experience*). Pikiran dan perasaan bukan penyebab perilaku tetapi disebabkan oleh perilaku masa lalu (pengalaman).
- b. Hedonisme*, memandang manusia sebagai makhluk yang bergerak untuk memenuhi kebutuhannya, mencari kesenangan, dan menghindari penderitaan.
- c. Utilitarianisme*, memandang seluruh perilaku manusia tunduk pada prinsip ganjaran dan hukuman.

Kaum behavioris berpendirian bahwa manusia dilahirkan tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis; perilaku adalah hasil pengalaman; dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan. Watson dan Rosalie Rayner melalui sebuah eksperimen telah membuktikan betapa mudahnya membentuk atau mengendalikan manusia dan melahirkan metode pelaziman klasik (*classical conditioning*). Pelaziman klasik adalah

memasangkan stimuli yang netral atau stimuli kondisi dengan stimuli tertentu (yang terkondisikan/*unconditioned stimulus*) yang melahirkan perilaku tertentu (*unconditioned respons*).

Jenis pelaziman lain ditemukan oleh Skinner, yaitu *operant conditioning*. Dimana perilaku manusia dipengaruhi oleh proses peneguhan. Proses memperteguh respons yang baru dengan mengasosiasikannya pada stimuli tertentu berkali-kali, disebut peneguhan (*reinforcement*). Menurut Bandura, tidak semua perilaku dapat dijelaskan dengan pelaziman. Bandura menambahkan konsep belajar sosial (*social learning*). Menurut Bandura, belajar terjadi karena proses peniruan (*imitation*). Dengan kata lain, melakukan suatu perilaku ditentukan oleh peneguhan, sedangkan kemampuan potensial untuk melakukan ditentukan oleh peniruan.

c. **Konsepsi Manusia dalam Psikologi kognitif**

Psikologi Kognitif berpendapat bahwa manusia bukan lagi dipandang sebagai makhluk yang bereaksi secara pasif pada lingkungan, akan tetapi sebagai makhluk yang selalu berusaha memahami lingkungannya, makhluk yang selalu berfikir (*Homo Sapiens*). Menurut Aliran psikologi Gestalt, manusia tidak memberikan respon kepada stimuli secara otomatis. Manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan, perilaku manusia harus dilihat dalam konteksnya. Dalam psikologi kognitif, manusia dipandang sebagai makhluk yang selalu berusaha memahami lingkungannya dan makhluk yang selalu berfikir (*Homo Sapiens*).

Descartes dan Kant menyimpulkan bahwa yang menjadi alat utama pengetahuan adalah jiwa (*mind*), bukan alat indra. Jiwa menafsirkan pengalaman indrawi secara aktif: mencipta,

mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsi dan mencari makna. Manusia tidak memberikan respons terhadap stimuli secara otomatis. Manusia adalah yang menentukan makna stimuli itu, bukan stimuli itu sendiri.

Menurut Lewin, perilaku manusia harus dilihat dalam konteksnya. Dari Lewin terkenal rumus: $B = f(P, E)$, artinya *Behavior* (perilaku) adalah hasil interaksi antara *Person* (diri orang tersebut) dengan *Environment* (lingkungan psikologisnya). Lewin juga menciptakan konsep dinamika kelompok, yaitu dalam kelompok, individu menjadi bagian yang saling berkaitan dengan anggota kelompok yang lain. Sejak pertengahan tahun 1950-an, berkembang penelitian tentang perubahan sikap dengan kerangka teoritis manusia sebagai pencari konsistensi kognitif. Dimana manusia dipandang sebagai makhluk yang selalu berusaha menjaga keajegan/konsisten dalam sistem kepercayaannya dan diantara sistem kepercayaannya dengan perilaku, contohnya adalah teori disonansi kognitif.

Disonansi artinya ketidakcocokkan antara dua kognisi (pengetahuan). Teori disonansi menyatakan bahwa orang akan mencari informasi yang mengurangi disonansi dan menghindari informasi yang menambah disonansi. Pada awal tahun 1970-an, teori disonansi dikritik dan muncul konsepsi manusia sebagai pengolah informasi. Dalam konsepsi ini, manusia bergeser dari orang yang suka mencari justifikasi atau membela diri menjadi orang yang secara sadar memecahkan persoalan. Perilaku manusia dipandang sebagai produk strategi pengolahan informasi yang rasional. Contoh perspektif ini adalah teori atribusi. Teori ini menganggap manusia sebagai ilmuwan yang naif, yang memahami manusia dengan metode ilmiah yang elementer. Kenyataannya, manusia tidak begitu rasional dalam memandang

sesuatu. Seringkali malah penilaian orang didasarkan pada data yang kurang, lalu dikombinasikan dan diwarnai oleh prakonsepsi. Dimana manusia menggunakan prinsip-prinsip umum dalam menentukan keputusan.

d. Konsepsi Manusia dalam Psikologi Humanistik

Konsep ini memandang bahwa manusia bermain, manusia bukan saja pelakon dalam kehidupan, bukan saja pencari identitas tetapi juga pencari makna. Psikologi humanistik dianggap sebagai revolusi ketiga dalam psikologi. Revolusi pertama dan kedua adalah psikoanalisis dan behaviorisme. Psikologi humanistik menjelaskan aspek eksistensi manusia yang positif dan menentukan, seperti cinta, kreativitas, nilai, makna, dan pertumbuhan pribadi. *"Humanistic psychology is not just the study of human being"; it is a commitment to human becoming,*" tulis Floyd W. Matson (1973:19).

Psikologi humanistik mengambil dari fenomenologi dan eksistensialisme:

- a. Fenomenologi memandang manusia hidup dalam "dunia kehidupan" yang dipersepsi dan diinterpretasi secara subyektif. Menurut Alfred Schutz, pengalaman subyektif dikomunikasikan oleh faktor sosial dalam proses intersubyektifitas. Inter-subyektifitas diungkapkan pada eksistensialisme dalam hubungan dengan orang lain (*I-thou Relationship*). *I-thou Relationship* menunjukkan hubungan pribadi dengan pribadi, bukan pribadi dengan benda; subjek dengan subjek, bukan subjek dengan objek.
- b. Eksistensialisme menekankan pentingnya kewajiban individu pada sesama manusia.

Frankl menyimpulkan asumsi-asumsi psikologi humanistic adalah keunikan manusia, pentingnya nilai dan makna, serta kemampuan manusia untuk mengembangkan dirinya. Sedangkan pandangan Carl Rogers menyebutkan:

- 1) Setiap manusia hidup dalam dunia pengalaman yang bersifat pribadi dimana dia – sang Aku, Ku, atau Diriku (*the I, me, or myself*) – menjadi pusat.
- 2) Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mengaktualisasikan diri.
- 3) Individu bereaksi pada situasi sesuai dengan persepsi tentang dirinya dan dunianya.
- 4) Anggapan adanya ancaman terhadap diri akan diikuti oleh pertahanan diri.
- 5) Kecenderungan batiniah manusia adalah menuju kesehatan dan keutuhan diri.

2.2 Manusia dalam Perspektif Islam

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah yang sangat menarik. Dikatakan misterius karena semakin dikaji semakin terungkap betapa banyak hal-hal mengenai manusia yang belum terungkap. Dan dikatakan menarik karena manusia sebagai subjek sekaligus sebagai objek kajian yang tiada henti-hentinya terus dilakukan khususnya oleh para ilmuwan. Oleh karena itu manusia telah menjadi sasaran studi sejak dulu, kini dan kemudian hari. Hampir semua lembaga pendidikan tinggi mengkaji manusia, karya dan dampak karyanya terhadap dirinya sendiri, masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Para ahli telah mengkaji manusia menurut bidang studinya masing-masing, tetapi sampai sekarang para ahli belum mencapai kata sepakat tentang manusia. Ini terbukti dari banyaknya

penamaan manusia, misalnya *homo sapiens* (manusia berakal), *homo economicus* (manusia ekonomi), dan sebagainya.

Al-Quran tidak menggolongkan manusia kedalam kelompok binatang (animal) selama manusia mempergunakan akal dan karunia Tuhan yang lainnya. Namun, apabila manusia tidak mempergunakan akal dan berbagai potensi pemberian Tuhan yang sangat tinggi nilainya yakni pemikiran (rasio), qalb, jiwa, raga, serta panca indra secara baik dan benar, ia akan menurunkan derajatnya sendiri seperti hewan.

Istilah kunci yang digunakan Al-Qur'an untuk menunjuk pada pengertian manusia menggunakan kata-kata *basyar*, *al-insan*, dan *an-nas*. Kata *basyar* disebut dalam Al-Qur'an 27 kali. Kata *basyar* menunjuk pada pengertian manusia sebagai makhluk biologis:

قَالَتْ رَبِّ أَنَّى يَكُونُ لِي وَلَدٌ وَلَمْ يَمَسَّسَنِي بَشَرٌ قَالَ كَذَلِكَ اللَّهُ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ إِذَا قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُن فَيَكُونُ

Maryam berkata: "Ya Tuhanku, betapa mungkin aku mempunyai anak, padahal aku belum pernah disentuh oleh seorang laki-lakipun". Allah berfirman (dengan perantaraan Jibril): "Demikianlah Allah menciptakan apa yang dikehendaki-Nya. Apabila Allah berkehendak menetapkan sesuatu, maka Allah hanya cukup berkata kepadanya: "Jadilah", lalu jadilah dia. (QS Ali 'Imran:47)

Ayat Al-Qur'an tersebut memberi pengertian bahwa manusia memiliki sifat biologis, seperti makan, minum, hubungan seksual dan lain-lain.

Kata *al-insan* dituturkan sampai 65 kali dalam Al-Qur'an yang dapat dikelompokkan dalam tiga kategori. Pertama *al-insan* dihubungkan dengan khalifah sebagai penanggung amanah:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh (QS Al-Ahzab :72).

Kedua, *al-insan* dihubungkan dengan predisposisi negatif dalam diri manusia misalnya sifat keluh kesah, kikir :

إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا
إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا
وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا

Sesungguhnya manusia diciptakan bersifat keluh kesah lagi kikir. Apabila ia ditimpa kesusahan ia berkeluh kesah. Dan apabila ia mendapat kebaikan ia amat kikir. (QS Al-Ma'arij [70]:19-21)

Ketiga *al-insan* dihubungkan dengan proses penciptaannya yang terdiri dari unsur materi dan nonmateri :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَالِقٌ بَشَرًا مِّن صَلْصَلٍ مِّن حَمَإٍ مَّسْنُونٍ
فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِن رُّوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ

Dan (ingatlah), ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku akan menciptakan seorang manusia dari tanah liat kering (yang berasal) dari lumpur hitam yang diberi bentuk. Maka apabila Aku telah menyempurnakan kejadiannya, dan telah meniupkan kedalamnya ruh

(ciptaan)-Ku, maka tunduklah kamu kepadanya dengan bersujud(QS Al-Hijr :28-29).

Semua konteks *al-insan* ini menunjuk pada sifat-sifat manusia psikologis dan spiritual.

Kata *an-nas* yang disebut sebanyak 240 dalam Al-Qur'an mengacu kepada manusia sebagai makhluk sosial dengan karakteristik tertentu misalnya mereka mengaku beriman padahal sebenarnya tidak

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَقُولُ ءَامَنَّا بِاللَّهِ وَبِالْيَوْمِ ءَأَخِرِ وَمَا هُمْ بِمُؤْمِنِينَ

Di antara manusia ada yang mengatakan: "Kami beriman kepada Allah dan Hari kemudian," pada hal mereka itu sesungguhnya bukan orang-orang yang beriman.(QS Al-Baqarah :8).

Dari uraian ketiga makna untuk manusia tersebut, dapat disimpulkan bahwa manusia adalah makhluk biologis, psikologis dan sosial. Ketiganya harus dikembangkan dan diperhatikan hak maupun kewajibannya secara seimbang dan selalu berada dalam hukum-hukum yang berlaku (sunnatullah).

Al-Qur'an memandang manusia sebagaimana fitrahnya yang suci dan mulia, bukan sebagai manusia yang kotor dan penuh dosa. Peristiwa yang menimpa Nabi Adam sebagai cikal bakal manusia, yang melakukan dosa dengan melanggar larangan Tuhan, mengakibatkan Adam dan istrinya diturunkan dari surga, tidak bisa dijadikan argumen bahwa manusia pada hakikatnya adalah pembawa dosa turunan. Al-Quran justru memuliakan manusia sebagai makhluk surgawi yang sedang dalam perjalanan menuju suatu kehidupan spiritual yang suci dan abadi di negeri akhirat, meski dia harus melewati rintangan dan cobaan dengan

beban dosa saat melakukan kesalahan di dalam hidupnya di dunia ini. Bahkan manusia diisyaratkan sebagai makhluk spiritual yang sifat aslinya adalah berpembawaan baik (positif, haniif).

Karena itu, kualitas, hakikat, fitrah, kesejatan manusia adalah baik, benar, dan indah. Tidak ada makhluk di dunia ini yang memiliki kualitas dan kesejatan semulia itu. Sungguhpun demikian, harus diakui bahwa kualitas dan hakikat baik benar dan indah itu selalu mengisyaratkan dilema-dilema dalam proses pencapaiannya. Artinya, hal tersebut mengisyaratkan sebuah proses perjuangan yang amat berat untuk bisa menyandang predikat seagung itu. Sebab didalam hidup manusia selalu dihadapkan pada dua tantangan moral yang saling mengalahkan satu sama lain. Karena itu, kualitas sebaliknya yaitu buruk, salah, dan jelek selalu menjadi batu sandungan bagi manusia untuk meraih prestasi sebagai manusia berkualitas mutaqqin di atas.

Dalam Al-Quran dan Al-Sunnah juga disebutkan bahwa manusia adalah makhluk yang paling mulia dan memiliki berbagai potensi serta memperoleh petunjuk kebenaran dalam menjalani kehidupan di dunia dan akhirat. Menurut Islam manusia itu terdiri dari dua bagian yang membuatnya menjadi manusia sempurna, yaitu terdiri dari Jasmani dan rohani, disamping itu manusia juga telah dikaruniai fitrah. Kita hidup di dunia ini bisa menyaksikan sendiri ada persamaan-persamaan yang dimiliki manusia. Seperti cinta keadilan, kasih sayang, dan lainnya, itulah menurut kami yang disebut fitrah. Manusia merupakan makhluk yang paling mulia di sisi Allah SWT. Manusia memiliki keunikan yang menyebabkannya berbeda dengan makhluk lain. Manusia memiliki jiwa yang bersifat rohaniah, gaib, tidak dapat ditangkap dengan panca indera yang berbeda dengan makhluk lain karena pada manusia terdapat daya berfikir, akal, nafsu, kalbu, dan

sebagainya. Adapun kelebihan manusia dari makhluk lainnya antara lain:

- a. Makhluk yang paling unik, dijadikan dalam bentuk yang paling baik, ciptaan Tuhan yang paling sempurna. Firman Allah :

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

«*Sesungguhnya Kami telah menjadikan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya*» (QS. At-Tin:4).

- b. Manusia memiliki potensi (daya atau kemampuan yang mungkin dikembangkan) beriman kepada Allah. Sebab sebelum ruh (ciptaan) Allah dipertemukan dengan jasad di rahim ibunya, ruh yang berada di alam ghaib itu ditanyai Allah, sebagaimana tertera dalam Al-Qur'an:

وَإِذْ أَخَذَ رَبُّكَ مِنْ بَنِي آدَمَ مِنْ ظُهُورِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّكُمْ قَالُوا بَلَىٰ شَهِدْنَا أَن تَقُولُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّا كُنَّا عَنْ هَذَا غَافِلِينَ

«*Dan (ingatlah), ketika Tuhanmu mengeluarkan keturunan anak-anak Adam dari sulbi mereka dan Allah mengambil kesaksian terhadap jiwa mereka (seraya berfirman): «Bukankah Aku ini Tuhanmu?» Mereka menjawab: «Betul (Engkau Tuhan kami), kami menjadi saksi». (Kami lakukan yang demikian itu) agar di hari kiamat kamu tidak mengatakan: «Sesungguhnya kami (bani Adam) adalah orang-orang yang lengah terhadap ini (keesaan Tuhan)».*» (Q.S. Al-A'raf: 172).

Dengan pengakuan itu, sesungguhnya sejak awal dari tempat asalnya manusia telah mengakui Tuhan, telah ber-Tuhan, berke-Tuhanan. Pengakuan dan penyaksian bahwa Allah adalah Tuhan ruh yang ditiupkan kedalam

rahim wanita yang sedang mengandung manusia itu berarti bahwa manusia mengakui (pula) kekuasaan Tuhan, termasuk kekuasaan Tuhan menciptakan agama untuk pedoman hidup manusia di dunia ini.

- c. Manusia diciptakan Allah untuk mengabdikan (beribadah) kepada-Nya dalam Al-Qur'an surat az-Zariyat :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

«Tidaklah Aku jadikan jin dan manusia, kecuali untuk mengabdikan kepada-Ku. « (QS. Az-Zariyat: 56)

Mengabdikan kepada Allah dapat dilakukan manusia melalui dua jalur, jalur khusus dan jalur umum. Pengabdian melalui jalur khusus dilaksanakan dengan melakukan ibadah khusus yaitu segala upacara pengabdian langsung kepada Allah yang syarat-syaratnya, cara-caranya (mungkin waktu dan tempatnya) telah ditentukan oleh Allah sendiri sedang rinciannya dijelaskan oleh Rasulullah, seperti ibadah salat, zakat, puasa dan haji. Pengabdian melalui jalur umum dapat diwujudkan dengan melakukan perbuatan-perbuatan baik yang disebut amal saleh yaitu segala perbuatan positif yang bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat, dilandasi dengan niat ikhlas dan bertujuan untuk mencari keridaan Allah.

- d. Manusia diciptakan Tuhan untuk menjadi khalifah-Nya di bumi. Hal itu dinyatakan Allah dalam firman-Nya. Di dalam surat Al-Baqarah: 30 dinyatakan bahwa Allah menciptakan manusia untuk menjadi khalifah-Nya di bumi.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: “Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: «Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi». Mereka berkata: «Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?» Tuhan berfirman: «Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui»(Al-Baqarah: 30).

Perkataan «menjadi khalifah» dalam ayat tersebut mengandung makna bahwa Allah menjadikan manusia wakil atau pemegang kekuasaan-Nya mengurus dunia dengan jalan melaksanakan segala yang diridhai-Nya di muka bumi ini.

- e. Disamping akal, manusia dilengkapi Allah dengan perasaan dan kemauan atau kehendak. Dengan akal dan kehendaknya manusia akan tunduk dan patuh kepada Allah, menjadi muslim. Tetapi dengan akal dan kehendaknyajuga manusia dapat tidak percaya, tidak tunduk dan tidak patuh kepada kehendak Allah, bahkan meningkari-Nya, menjadi kafir. Allah swt berfirman:

وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِنَ الْجِنَّ وَالْإِنسِ ۗ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا ۗ أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَٰئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ

Artinya: “Dan sesungguhnya Kami jadikan untuk (isi neraka Jahannam) kebanyakan dari jin dan manusia, mereka mempunyai

hati, tetapi tidak dipergunakannya untuk memahami (ayat-ayat Allah) dan mereka mempunyai mata (tetapi) tidak dipergunakannya untuk melihat (tanda-tanda kekuasaan Allah), dan mereka mempunyai telinga (tetapi) tidak dipergunakannya untuk mendengar (ayat-ayat Allah). Mereka itu sebagai binatang ternak, bahkan mereka lebih sesat lagi. Mereka itulah orang-orang yang lalai". (QS. Al-A'raf: 179).

- f. Secara individual manusia bertanggungjawab atas segala perbuatannya. Hal ini dinyatakan oleh Allah dalam Al-Qur'an :

كُلُّ امْرِيٍّ بِمَا كَسَبَ رَهِيْنٌ...

«...Setiap orang terikat (bertanggungjawab atas apa yang dilakukannya.»(QS. At-Thur : 21)

- f. Berakhlaq. Berakhlaq adalah ciri utama manusia dibandingkan makhluk lain. Artinya manusia adalah makhluk yang diberikan Allah kemampuan untuk membedakan yang baik dengan yang buruk. Dalam Islam kedudukan akhlak sangat penting, ia menjadi komponen ketiga dalam Islam (Aqidah-Syariah-Akhlak). Kedudukan ini dapat dilihat di dalam sunnah Nabi yang mengatakan bahwa beliau diutus hanyalah untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak yang baik adalah akhlak yang sesuai dengan tuntunan Al- Qur'an dan contoh Rasulullah saw. Terdapat beberapa dalil terkait dengan akhlak manusia:

1) Santun dan tidak pemaarah

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ
عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: "(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan" (QS. Ali-Imran: 134).

Terdapat juga dalam ayat lain:

وَالَّذِينَ يَجْتَنِبُونَ كَبَائِرَ الْإِثْمِ وَالْفَوَاحِشَ وَإِذَا مَا غَضِبُوا هُمْ
يَغْفِرُونَ

Artinya: "Dan (bagi) orang-orang yang menjauhi dosa-dosa besar dan perbuatan-perbuatan keji, dan apabila mereka marah mereka memberi maaf." (Asy-Syura: 37)

2) Tidak berlebihan dan mubadzir

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا،
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:»Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.(26), Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.(27)» (QS. Al-Isra': 26, 27)

3) Rendah hati dan tidak sombong

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ

الْجِبَالَ طَوَّلًا

Artinya: «Dan janganlah kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung.» (QS. Al-Isra: 37)

- 4) Tidak berkata dan berbuat tanpa ilmu

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: «Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.» (QS. Al-Isra: 36)

- 5) Amanah dan menepati janji

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: «Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.» (QS. An-Nisa: 58)

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: «Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban jawabnya.» (QS. Al-Isra: 34)

6) Memperbaiki hubungan sesama manusia

لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِنْ نَجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ ۗ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

Artinya: «Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.» (QS. An-Nisa: 114)

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: «Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.» (QS. Al-Hujurat: 10)

7) Jujur dan tidak berdusta

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: «Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.» (QS. (At-Taubah: 119)

وَقَالَ رَجُلٌ مُؤْمِنٌ مِّنَ آلِ فِرْعَوْنَ يَكْتُمُ إِيمَانَهُ أَتَقْتُلُونَ رَجُلًا
 أَنْ يَقُولَ رَبِّيَ اللَّهُ وَقَدْ جَاءَكُمْ بِالْبَيِّنَاتِ مِنْ رَبِّكُمْ ۗ وَإِنْ
 يَكُ كَاذِبًا فَعَلَيْهِ كَذِبُهُ ۗ وَإِنْ يَكُ صَادِقًا يُصِيبْكُمْ بَعْضَ الَّذِي
 يَعِدُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ

Artinya: «Dan seseorang yang beriman di antara keluarga Fir'aun yang menyembunyikan imannya berkata, «Apakah kamu akan membunuh seseorang karena dia berkata, <Tuhanku adalah Allah>, padahal sungguh, dia telah datang kepadamu dengan membawa bukti-bukti yang nyata dari Tuhanmu. Dan jika dia seorang pendusta maka dialah yang akan menanggung (dosa) dustanya itu; dan jika dia seorang yang benar niscaya sebagian (bencana) yang diancamkannya kepadamu akan menimpamu.» Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang yang melampaui batas dan pendusta.» (QS. Ghafir: 28)

8) Lemah lembut dengan orang lain & berkata baik

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ
 إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا
 وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ
 مُّعْرِضُونَ

Artinya:»Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling".(QS. Al-Baqarah: 83)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ

لَا نَقْضُوكُمْ فِي الْأُمْرِ مَطَّعًا فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: «Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.» (QS. Ali-Imran: 159)

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ
وَخَفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya: «Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.» (QS. Al-Hijr: 88)

- 9) Bekerjasama dalam kebaikan & tidak bekerjasama dalam keburukan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا
الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ
رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا
نُ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى
الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: «Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu

melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.» (QS. Al-Ma'idah: 2)

10) Adil dan tidak zhalim sekalipun dengan orang kafir

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: «Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.» (QS. Al-Ma'idah: 8)

11) Tidak pelit / bakhil

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: «Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.» (QS. Al-Isra: 29)

- 12) Tidak membicarakan aib orang lain / ghibah, Tidak mencari-cari kesalahan manusia / *tajassus*, menjauhi buruk sangka & berbaik sangka pada orang lain

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ
وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ
يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: «Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka (purba-sangka/kecurigaan), sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang lain dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.» (QS. Al-Hujurat: 12)

- 13) Tidak iri dan dengki / hasad

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ
مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ
فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya: «Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah

Maha Mengetahui segala sesuatu.» (QS. An-Nisa>: 32)

وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْتُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ ۚ وَمَنْ يُوقِ شَحْنَفِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: «Dan orang-orang yang telah menempati kota Madinah dan telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka (Anshor) <mencintai> orang yang berhijrah kepada mereka (Muhajirin). Dan mereka (Anshor) tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin); dan mereka mengutamakan (orang-orang Muhajirin), atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka dalam kesusahan. Dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka itulah orang-orang yang beruntung.» (QS. Al-Hasyr: 9)

- 14) Tidak mencela orang lain sekalipun hanya dengan isyarat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءِ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۚ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: «Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat,

maka mereka itulah orang-orang yang zalim.» (QS. Al-Hujurat: 11)

15) Sabar dari musibah & ridho dengan takdir Allah

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ
وَالْأَنْفُسِ وَالْثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ
مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ

Artinya: «Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.(155), (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: «Inna lillaahi wa innaa ilaihi raaji»uun.(156)». (QS. Al-Baqarah: 156 ,155)

16) Mencegah kelicikan & penipuan dalam bisnis / jual beli

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

Artinya: «Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!» (QS. Al-Muthaffiin: 1)

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: «dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.» (QS. Al-Muthaffiin: 3)

17) Berbuat baik terhadap tetangga & tidak menyakitinya

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۗ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ
وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya: «Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri,» (QS. An-Nisa: 36)

18) Membantu faqir miskin dan yang membutuhkan

لَيْسَ لِبِرِّ أَنْ تَوَلَّوْا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: «Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang memintaminta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.» (QS. Al-Baqarah: 177)

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْعَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: «Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.» (QS. At-Taubah: 60)

- 19) Memuliakan anak yatim, membantu & memberikan haknya

إِنَّ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ أَمْوَالَ الْيَتَامَىٰ ظُلْمًا إِنَّمَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ
نَارًا ۖ وَسَيَصْلَوْنَ سَعِيرًا

Artinya:»Sesungguhnya orang-orang yang memakan harta anak yatim secara zalim, sebenarnya mereka itu menelan api sepenuh perutnya dan mereka akan masuk ke dalam api yang menyala-nyala (neraka).» (QS. An-Nisa: 10)

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ
وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya: «Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri,» (QS. An-Nisa: 36)

20) Memaafkan & memaklumi orang lain

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ
عَنِ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: «(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.» (QS. Ali-Imran: 134)

وَجَزَاءُ سَيِّئَةٍ سَيِّئَةٌ مِثْلُهَا ۗ فَمَنْ عَفَا وَأَصْلَحَ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّهُ
لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ

Artinya: «Dan balasan suatu kejahatan adalah kejahatan yang serupa, maka barang siapa memaafkan dan berbuat baik maka pahalanya atas (tanggung) Allah. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang zalim.» (QS. Asy-Syura: 40)

21) Berbakti kepada kedua orang tua & berbuat baik kepada kerabat

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِمَّا يَبُلُغَنَّ
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا
وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya:»Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan «ah» dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.» (QS. Al-Isra: 23)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: «Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.» (QS. An-Nahl: 90)

Ayat-ayat Al-Qur'an tersebut adalah dalil yang menjelaskan tentang akhlak manusia. Puncak derajat kemanusiaan seseorang dinilai dari kualitas akhlaknya. Bahkan kualitas keimanan pun juga diukur dari akhlak.

Setiap perilaku manusia akan dimintai pertanggungjawaban, adapun tanggungjawab manusia menurut islam sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab terhadap dirinya sendiri

Manusia dalam hidupnya mempunyai "harga", sebagai mana kehidupan manusia mempunyai beban dan tanggung jawab masing-masing.

- b. Tanggung jawab terhadap keluarga

Keluarga terdiri dari ayah, ibu, dan anak, dan juga orang lain yang menjadi anggota keluarga. Tiap anggota keluarga wajib bertanggung jawab kepada keluarganya.

- c. Tanggung jawab terhadap masyarakat

Pada hakikatnya manusia tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain, sesuai dengan kedudukannya sebagai makhluk sosial. Karena membutuhkan manusia lain, maka ia harus berkomunikasi dengan manusia lain tersebut. Sehingga dengan demikian manusia di sini merupakan anggota masyarakat yang tentunya mempunyai tanggung jawab seperti

anggota masyarakat yang lain agar dapat melangsungkan hidupnya dalam masyarakat tersebut.

d. Tanggung jawab terhadap Bangsa / Negara

Suatu kenyataan bahwa setiap manusia, setiap individu adalah warga negara dari suatu negara. Dalam berfikir, berbuat, bertindak, bertingkah laku manusia terikat oleh norma-norma atau aturan-aturan yang dibuat oleh negara. Manusia tidak bisa berbuat semaunya sendiri. Bila perbuatan manusia itu salah, maka ia harus bertanggung jawab kepada negaranya.

e. Tanggung jawab terhadap Tuhan

Manusia mempunyai tanggung jawab langsung kepada Tuhan. Sehingga tindakan manusia tidak bisa lepas dari hukum-hukum Tuhan yang dituangkan dalam berbagai kitab suci melalui berbagai macam agama. Dalam Islam, tanggungjawab ini telah jelas disebutkan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam QS. Ash-shaffat ayat 22-24

وَقَالُوا يَا وَيْلَنَا هَذَا يَوْمُ الدِّينِ هَذَا يَوْمُ الْفَصْلِ الَّذِي كُنْتُمْ بِهِ تُكَذِّبُونَ
أَحْشُرُوا الَّذِينَ ظَلَمُوا وَأَزْوَاجَهُمْ وَمَا كَانُوا يَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ
فَاهْدُوهُمْ إِلَى صِرَاطِ الْجَحِيمِ وَقَفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ

Artinya: "Dan mereka berkata, "Aduhai, celakalah kita!" Inilah hari pembalasan. Inilah hari keputusan yang kamu selalu mendustakannya. (Kepada malaikat diperintahkan), "Kumpulkanlah orang-orang yang zalim beserta teman sejawat mereka dan sembahhan-sembahhan yang selalu mereka sembah selain Allah, maka tunjukkanlah kepada mereka jalan ke neraka. Dan tahanlah mereka (di tempat perhentian), karena sesungguhnya mereka akan ditanya (dimintai pertanggungjawabannya)".

Dijelaskan juga dalam hadits Rasulullah saw terkait dengan tanggungjawab ini:

وعن بن عمر رضي الله عنهما عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: كَلُّكُمْ رَاعٍ وَكَلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْأَمِيرُ رَاعٍ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدِهِ، فَكَلِّكُمْ رَاعٍ وَكَلِّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ. (متفق عليه)

Artinya: Hadis Dari 'Abdullāh bin 'Umar bahwa dia mendengar Rasulullah telah bersabda: "Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan diminta pertanggung jawaban atas yang dipimpinnya. Imām (kepala Negara) adalah pemimpin yang akan diminta pertanggung jawaban atas rakyatnya. Seorang suami dalam keluarganya adalah pemimpin dan akan diminta pertanggung jawaban atas keluarganya. Seorang isteri adalah pemimpin di dalam urusan rumah tangga suaminya dan akan diminta pertanggung jawaban atas urusan rumah tangga tersebut. Seorang pembantu adalah pemimpin dalam urusan harta tuannya dan akan diminta pertanggung jawaban atas urusan tanggung jawabnya tersebut" (Muttafaqun 'Alaih).

Hadits di atas menjelaskan kepada kita bahwa setiap manusia itu diberi tugas memimpin atau menjaga. Baik kaitannya dengan dirinya sendiri maupun dengan orang lain. Secara pribadi, seseorang diberi tugas menjaga dirinya sendiri. Pemuka atau Imam diberi tugas memimpin rakyatnya. Suami kepada istrinya, anak kepada orang tuanya dan seterusnya.

Disamping itu, dalam hidup dan kehidupannya, manusia memiliki hakekat dan martabat. Hakekat merupakan kebenaran atau sesuatu yang sebenar-benarnya atau asal segala sesuatu. Dapat juga dikatakan hakikat itu adalah inti dari segala sesuatu atau yang menjadi jiwa sesuatu. Adapun hakekat manusia adalah:

- a. Makhluk yang memiliki tenaga yang dapat menggerakkan hidupnya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.
- b. Individu yang memiliki sifat rasional yang bertanggung jawab atas tingkah laku intelektual dan sosial.
- c. Mampu mengarahkan dirinya ke tujuan yang positif mampu mengatur dan mengontrol dirinya dan mampu menentukan nasibnya.
- d. Makhluk yang dalam proses menjadi berkembang dan terus berkembang tidak pernah selesai (tuntas) selama hidupnya.
- e. Individu yang dalam hidupnya selalu melibatkan dirinya dalam usaha untuk mewujudkan dirinya sendiri, membantu orang lain dan membuat dunia lebih baik untuk ditempati.
- f. Suatu keberadaan yang berpotensi yang perwujudannya merupakan ketidak-terdugaan dengan potensi yang tak terbatas.
- g. Makhluk Tuhan yang berarti ia adalah makhluk yang mengandung kemungkinan baik dan jahat. Hal ini sesuai ayat Al-Qur'an:

فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا

Artinya: "maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya" (QS. Asy-Syams: 8).

Fujur adalah potensi buruk, sedangkan takwa merupakan potensi baik yang dimiliki manusia.

- h. Individu yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan terutama lingkungan sosial, bahkan ia tidak bisa berkembang sesuai dengan martabat kemanusiaannya tanpa hidup di dalam

lingkungan sosial.

Adapun martabat saling berkaitan dengan maqam, maksudnya adalah secara dasarnya maqam merupakan tingkatan martabat seseorang hamba terhadap khalik (pencipta) Nya, yang juga merupakan sesuatu keadaan tingkatannya seseorang sufi di hadapan tuhanNya pada saat dalam perjalanan spritual dalam beribadah kepada Allah SWT. Martabat manusia adalah sebagai berikut :

- a. Martabat dan derajat manusia dibanding makhluk lainnya ialah yang paling tinggi karena dibekali akal untuk berpikir, hati untuk merasakan, serta nafsu atau keinginan sebagai pendorong. Bahkan manusia diberi kemampuan untuk berbicara sesuai bahasa masing - masing.
- b. Tinggi dan rendahnya martabat dan derajat manusia tergantung masing - masing mereka dalam menggunakan akal , hati atau perasaan serta nafsunya untuk hal - hal baik atau buruk.
- c. Dengan kelebihan - kelebihan sebagai makhluk paling sempurna tersebut maka manusia dijadikan khalifah di muka bumi (mengelola dan memelihara alam).

Sebagai makhluk yang dibekali dengan berbagai kelebihan jika dibandingkan dengan makhluk lain, sudah sepatutnya manusia mensyukuri anugrah tersebut dengan berbagai cara, diantaranya dengan memaksimalkan semua potensi yang ada pada diri kita. Kita juga dituntut untuk terus mengembangkan potensi tersebut dalam rangka mewujudkan tugas dan tanggung jawab manusia sebagai makhluk dan khalifah di bumi. Disamping itu tidak melupakan tujuan utama di hidup didunia ini adalah untuk mencari bekal akhirat karena akhirat itulah tempat kembali yang

kekal.

2.3 Faktor-faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor psikologis dan faktor sosiopsikologis:

a. Faktor biologis

Manusia sama dengan makhluk bernyawa ciptaan Tuhan lainnya. Apabila lapar harus mencari makan lelah butuh istirahat dan sebagainya. Faktor biologis hampir terlibat banyak dalam kegiatan manusia, bahkan terpadu dengan faktor sosiopsikologis. Warisan biologis manusia menentukan perilakunya. Tidak seorang pun yang menolak kenyataan bahwa struktur biologis manusia yaitu hormonal serta sistem syaraf, struktur hormonal sangat mempengaruhi perilaku manusia. Sistem syaraf juga menentukan dan mengatur pekerjaan otak dan mengatur pengolahan informasi. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis tetapi juga proses psikologis.

Salah satu perilaku yang merupakan bawaan manusia yaitu menyatakan cinta. Laki laki atau perempuan yang merasakan cinta akan berperilaku diluar kebiasaannya. Ada juga faktor biologis yang mendorong perilaku manusia yang biasa disebut motif biologis, yang paling penting dari motif biologis adalah kebutuhan akan makanan, seksual, serta kelangsungan hidup. Beberapa penelitian dilakukan untuk mengetahui tentang motif biologis manusia, salah satu contohnya adalah kurang tidur dapat meningkatkan sifat mudah tersinggung, mengganggu cara berfikir serta menurunkan kemampuan menyelesaikan tugas, dan lain-lain.

b. Faktor faktor sosiopsikologis

Manusia adalah makhluk sosial oleh karena itu proses sosial ditentukan oleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklasifikasikan kedalam tiga komponen yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen yang pertama merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Kognitif adalah aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang dimaksud manusia, komponen konatif adalah aspek volisional yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. **Komponen Afektif** (aspek emosional dari faktor sosiopsikologis) terdiri dari :

1). Motif sosiogenis

Motif sosiogenis sering disebut juga dengan motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis) yang perannya dalam membentuk perilaku sosial sangat menentukan. Motif-motif sosiogenis dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a). Motif ingin tahu, yaitu mengerti, menata dan menduga. Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Dalam motif ini seseorang berusaha mencari tahu, apabila informasi yang dirasa kurang cukup bahkan terbatas maka orang tersebut akan mencari jawaban serta kesimpulan sendiri tanpa menunggu informasi itu lengkap terlebih dahulu.

Contoh: di depan rumah Ahmad ada banyak orang baik laki-laki maupun perempuan keluar masuk dengan wajah sedih, disaat situasi tidak menentu seperti ini manusia terkadang langsung mengambil kesimpulan atas apa yang terjadi di dunianya meskipun mereka belum mendapatkan informasi yang jelas. Ahmad menafsirkan bahwa salah satu

keluarganya pasti ada yang terkena musibah.

- b). Motif kompetensi, setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan. Perasaan mampu sangat bergantung pada perkembangan intelektual, sosial dan emosional. Motif kompetensi erat hubungannya dengan kebutuhan akan rasa aman. Apabila seseorang sudah memenuhi kebutuhan biologisnya dan yakin masa depannya sukses maka dia sudah dianggap telah bisa memenuhi kebutuhan akan kemampuan dirinya (kompeten).

Contoh: jika nilai kuliahnya mengalami penurunan maka seseorang itu yakin bahwa dengan belajar lebih giat dapat memperbaiki nilainya menjadi lebih baik serta dapat memperoleh IPK tinggi.

- c). Motif cinta, mencintai dan dicintai merupakan hal yang paling esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Berbagai penelitian membuktikan bahwa kebutuhan kasih sayang yang kurang terpenuhi akan menimbulkan perilaku manusia yang kurang baik yang menyebabkan depresi, kesepian serta frustrasi. Contoh: persahabatan, ketulusan kasih sayang orang tua, dll.
- d). Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas, kebutuhan ini sangat erat kaitannya dengan kemampuan memperlihatkan kemampuan memperoleh kasih sayang serta menunjukkan eksistensi di dunia yaitu kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap ada tetapi juga diperhitungkan. Oleh sebab itu manusia mencari identitas dirinya bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri.

Contoh: dalam sebuah kelompok setiap individu seringkali menonjolkan dan memperlihatkan bakatnya, disitu ia mengharapkan adanya rasa kasih sayang dari semua orang berupa pujian atau penghargaan yang lainnya.

- e). Kebutuhan akan nilai (pegangan hidup), kedambaan dan makna kehidupan. Dalam menghadapi tuntutan kehidupan manusia membutuhkan nilai untuk menuntunnya untuk mengambil keputusan serta memberikan makna pada kehidupannya. Termasuk motif agama, apabila manusia kehilangan nilai serta tidak memiliki kepastian untuk bertindak maka akan lekas putus asa dan kehilangan pegangan hidup.
- f). Kebutuhan akan pemenuhan diri, kita tidak semata mata mempertahankan kehidupan tetapi kita juga meningkatkan kualitas hidup kita serta memenuhi potensi diri. Kebutuhan akan pengembangan diri dilakukan dalam berbagai bentuk yaitu mengembangkan diri kita secara konstruktif dan kreatif, memperkaya kualitas kehidupan dengan kualitas pengalaman serta membentuk hubungan yang baik dengan orang-orang di sekeliling kita.

2). Sikap

Sikap adalah konsep penting dalam psikologi sosial dengan berbagai definisi, ada yang menganggap sikap merupakan sebuah pembelajaran, ada yang berkata bahwa sikap adalah kesiapan syaraf sebelum memberikan respons. Dari berbagai definisi tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa sikap adalah kecenderungan untuk bertindak, berpersepsi serta berfikir dan merasakan situasi atau nilai.

Sikap bukan merupakan perilaku, tetapi merupakan

kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap dapat berwujud benda, orang, tempat, gagasan ataupun situasi. Sikap juga memiliki sifat, yaitu pendorong serta motivasi. Sikap juga menentukan pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai dan tidak disukai. Sikap juga relatif serta mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap pun timbul dari hasil belajar serta pengalaman.

3). Emosi

Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala kesadaran, perilaku, serta proses sosiologis. Ada 4 fungsi emosi (Colleman dan Hammen, 1974:462).

- a) Pertama, emosi adalah pembangkit energi. Tanpa emosi kita tidak sadar atau mati. Hidup berarti merasakan, mengalami dan bereaksi. Emosi membangkitkan mobilisasi manusia. Marah mereaksikan kita untuk menyerang, takut menggerakkan kita untuk berlari.

Terkait dengan emosi marah, hal ini dilarang dalam Islam:

لَا تَغْضَبْ وَلَكَ الْجَنَّةُ

Artinya: "Jangan marah, bagimu surga". (HR Thabrani)

Salah satu cara untuk manajemen marah adalah sesuai dengan anjuran Rasulullah saw:

إِذَا غَضِبَ أَحَدُكُمْ وَهُوَ قَائِمٌ فَلْيَجْلِسْ، فَإِنْ ذَهَبَ عَنهُ الْغَضَبُ
وَالْأَلَا فَلْيُضْطَجِعْ

Artinya: "Apabila kalian marah, dan dia dalam posisi berdiri, hendaknya dia duduk. Karena dengan itu marahnya bisa hilang. Jika belum juga hilang, hendak dia mengambil posisi tidur". (HR. Ahmad 21348, Abu Daud 4782 dan perawinya dinilai shahih oleh Syuaib Al-Arnauth).

Kecenderungan orang marah adalah ingin selalu lebih tinggi dan lebih tinggi. Semakin dituruti, dia semakin ingin lebih tinggi. Dengan posisi lebih tinggi, dia bisa melampiaskan amarahnya sepenuhnya. Karena itulah, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam memberikan saran sebaliknya. Agar marah ini diredam dengan mengambil posisi yang lebih rendah dan lebih rendah.

- b) Kedua, emosi adalah pembawa informasi, yaitu bagaimana keadaan diri kita dapat diketahui dari emosi kita, marah sedih serta senang dapat tergambar dari emosi kita.
- c) Ketiga adalah ungkapan emosi dapat dipahami secara universal, yaitu dalam retorika (seni berbicara) misalnya seorang pembicara yang dimanis dan semangat lebih bisa menghidupkan suasana daripada seorang pembicara yang monoton. Dan yang terakhir, emosi jugamerupakan sumber informasi tentang keberhasilan kita.

Emosi berbeda beda dalam hal intensitas dan lamanya. Ada emosi yang ringan, berat, dan desintegratif. Emosi ringan meningkatkan perhatian kita terhadap situasi yang dihadapi, disertai dengan perasaan tegang. Ini dialami ketika kita menonton sesuatu yang menarik. Emosi yang kuat disertai rangsangan fisiologis yang kuat. Dari segi lamanya, ada emosi yang berlangsung singkat dan ada yang berlangsung lama. Mood adalah emosi yang menetap selama berjam-jam atau beberapa hari. Mood mempengaruhi persepsi kita tentang penafsiran kita pada stimuli

yang merangsang alat indera kita.

Disamping komponen afektif sebagai komponen pertama faktor sosiopsikologis, terdapat **komponen kognitif** dari faktor sosiopsikologis yakni kepercayaan. Kepercayaan disini merupakan keyakinan bahwa sesuatu itu dianggap benar atau salah. Kepercayaan dapat bersifat rasional dan irasional, kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan sertamemberikan dasar bagi pengambilan keputusan. Beberapa contohnya adalah bahwa kita percaya bahwa hujan-hujan menyebabkan flu sehingga orang-orang yang pernah terkena hujan percaya bahwa apabila ada seseorang yang hujan-hujan sama dengan menimbun penyakit dan berfikir negative terhadap orang-orang yang hujan-hujan tersebut.

Menurut Solomon (1959:565-567), kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan serta kepentingan. Pengetahuan berhubungan dengan jumlah informasi yang dimiliki seseorang. Banyak kepercayaan yang didasarkan pada pengetahuan yang kurang lengkap. Kebutuhan dan kepentingan sering mewarnai kepercayaan kita.

Sedangkan komponen ketiga dari faktor sosiopsikologis adalah **komponen konatif** yang terdiri dari kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis dan tidak direncanakan. Kebiasaan merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi seseorang berkali-kali. Setiap orang mempunyai kebiasaan berlainan dalam menanggapi stimulus tertentu. Kebiasaan inilah yang memberikan pola perilaku yang dapat diramalkan. Misalnya dalam sebuah keluarga, antara suami dan istri pasti memiliki suatu kebiasaan

masing-masing setiap pagi. Seorang istri memiliki kebiasaan bangun lebih pagi dari suami, dan memasak sarapan di dapur setiap pagi. Seorang suami pasti sudah mengetahui kebiasaan istrinya ini, sehingga setiap pagi sang suami tersebut dapat menemukan istrinya sedang memasak sarapan di dapur.

Sedangkan kemauan erat hubungannya dengan tindakan dan kemauanlah yang membuat orang menjadi sukses atau gagal. Bahkan ada yang mendefinisikan bahwa kemauan adalah tindakan yang merupakan usaha seseorang untuk mencapai tujuan. Menurut Richard Dewey dan W.J Humber, kemauan merupakan hasil keinginan untuk mencapai tindakan tertentu yang sangat kuat sehingga mendorong orang untuk mengorbankan nilai nilai yang lain. Berdasarkan pengetahuan tentang tata cara yang diperlukan untuk mencapai tujuan serta dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan pengeluaran energi yang sebenarnya untuk mencapai tujuan , misalnya kita adalah seorang mahasiswa yang dituntut mendapatkan IPK rata rata 3,50 dan kita melakukan segala cara untuk mendapatkannya, dengan menambah porsi belajar jauh lebih banyak dari pada biasanya, itu merupakan suatu usaha untuk mencapai tujuan kita.

2.4 Faktor-faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Perilaku dalam kehidupan sehari-hari juga akan mempengaruhi komunikasi antar individu. Manusia yang menunjukkan perilaku baik, maka komunikasi akan berjalan lancar dan sebaliknya. Berikut adalah faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia :

- a. Faktor ekologis

Alam dipercaya mempengaruhi gaya hidup dan perilaku. Bahkan, banyak orang yang menghubungkan sinar matahari di pagi hari dengan kemalasan penduduk Indonesia.

b. Faktor rancangan dan arsitektural

Tatanan ruangan juga mempengaruhi pola perilaku yang terjadi. Misalnya, seseorang yang bersikap sopan dan menjaga perilaku ketika berada dalam ruang Rektor daripada berada di kamar sendiri.

c. Faktor temporal

Waktu juga berpengaruh pada perilaku manusia. Misalnya, pada saat kuliah di pagi hari, maka kita masih dalam keadaan fresh dan semangat. Oleh karena itu, kita akan lebih mudah menerima pelajaran daripada kuliah di malam hari karena kita akan cenderung merasa lelah dan letih.

d. Suasana perilaku

Tempat dimana seseorang berada juga mempengaruhi manusia untuk berperilaku. Misalnya, ketika seseorang berteriak, tidak akan sama teriaknya pada saat ia berada di masjid atau di dalam gedung

e. Teknologi

Revolusi teknologi juga berpengaruh dalam merubah perilaku manusia. Contohnya, kemunculan HP dan internet yang membuat seseorang cenderung meniru gaya artis/ public figur zaman sekarang dari penampilan, tingkah laku dan gaya hidupnya.

f. Faktor sosial

Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi perilaku yaitu sistem peranan dalam masyarakat, kelompok dan organisasi serta karakteristik populasi. Contohnya adalah sikap kepala

program studi(kaprodi) dengan mahasiswa akan berbeda dengan sikap kaprodi dengan kaprodi dari jurusan lain. Sebab hal ini dipengaruhi oleh kelompok dan organisasi berbeda.

g. Psikososial

Anggapan kita tentang penilaian lingkungan manusia yang memuaskan atau mengecewakan kita akan sangat berpengaruh pada perilaku kita dalam lingkungan itu sendiri.

h. Stimuli yang mempengaruhi perilaku

Terdapat situasi yang memberikan kelayakan perilaku seseorang seperti situasi di taman atau kebun atau pada saat di masjid yang memberikan kendala dan perilaku. Seseorang akan lebih bebas bertingkah pada saat ia berada di taman daripada saat ia berada di masjid, suasana tingkah lakunya akan lebih terbatas.

2.5 Etika Komunikasikan

Menjadi komunikasikan atau pendengar yang baik dalam sebuah proses komunikasi menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Menjadi pendengar yang baik membantu kita dalam menyelesaikan banyak masalah hidup dan memandang dunia secara obyektif. Hal-hal tersebut memperkaya pengertian dan memperluas kapasitas empati komunikasikan. Komunikasikan juga perlu menerapkan etika yang pantas agar dapat menjadi pendengar yang baik dalam terjalannya sebuah komunikasi.

Komunikasi terjalin dengan adanya komunikasikan dan komunikasikan (2 arah), memungkinkan kita untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Terdapat beberapa penerapan sisi etis pada diri komunikasikan. Komunikasikan (pendengar, pembaca, penonton) memiliki tanggung jawab untuk memberikan penilaian yang adil. Tanggung jawab ini juga termasuk ketika kita menilai

ide-ide yang dituangkan dalam teori komunikasi. Rob Anderson dan Veronica Ross (2002) menyebutkan enam strategi etis yang penting dalam membaca teori komunikasi antara lain:

- a. Terbuka terhadap persuasi yang muncul dari pernyataan orang lain.
- b. Bersedia untuk mencoba ide-ide baru yang mungkin akan dipandang sebagai kesalahan oleh orang lain, dan mengajak orang lain untuk ikut bereksperimen.
- c. Menerima akan adanya berbagai macam orang yang berbeda, terutama dalam konteks kebudayaan yang berbeda.
- d. Berusaha untuk menguji pengetahuan yang masih bersifat tentatif.
- e. Hidup dengan ambiguitas, tetapi menjadi lebih tidak toleran terhadap kontradiksi.
- f. Mengevaluasi klaim ilmu pengetahuan dengan menggunakan pengalaman pribadi dan hal-hal nyata yang berasal dari kehidupan sehari-hari.

Manusia diberi satu lisan dan dua telinga oleh Allah agar kita lebih banyak mendengar dan berbicara secukupnya. Akan tetapi, kebanyakan dari kita masih banyak berbicara dan masih sulit untuk benar-benar mendengarkan orang lain. Padahal ketika kita mendengarkan, kita bisa saja akan mendapatkan suatu ilmu yang belum kita ketahui. Atau yang lebih sering terjadi adalah kita seolah-olah mendengarkan, tetapi pikiran kita tidak sepenuhnya ada di situ. *Adabul istima'* atau adab dalam mendengar sebenarnya telah memberikan arahan kepada kita tentang bagaimana seharusnya kita bersikap saat kita mendengarkan orang lain. Beberapa adab dalam mendengarkan yaitu:

- a. Diam dan mendengarkan orang yang berbicara sehingga ucapannya tidak bercampur baur dan apa yang ia ucapkan dapat dipahami.

Hal yang seringkali terjadi saat ini adalah yang ketika berbicara dan yang mendengarkan juga ikut berbicara. Ini membuat pendengar menjadi tidak menangkap apa yang disampaikan oleh orang tersebut.

- b. Tidak memenggal ucapan orang lain karena tergesa-gesa/ ingin menguasai forum. Kebanyakan dari kita tidak sabar untuk menyampaikan pendapat kita ketika orang lain sedang bercerita. Sebaiknya, kita mendengarkan apa yang orang tersebut ingin sampaikan hingga selesai, barulah kita sampaikan apa pendapat kita mengenai hal yang ia ceritakan.

إِذَا قُلْتِ لِلنَّاسِ أَنْصِتُوا وَهُمْ يَتَكَلَّمُونَ ، فَقَدْ أَلْعَيْتِ عَلَى نَفْسِكَ

Artinya: «Jika engkau mengatakan <diamlah> kepada orang-orang ketika mereka sedang berbicara, sungguh engkau mencela dirimu sendiri.» (HR. Ahmad 318/2, dishahihkan Al Albani dalam Silsilah Ash Shahihah 328/1)

- c. Menghadapkan wajah ke orang yang diajak bicara.

Walaupun kita tidak tertarik dengan apa yang orang lain sedang ceritakan, sebagai pendengar yang baik, kita sepatutnya mendengarkan apa yang ingin mereka sampaikan karena bisa jadi ada hikmah yang dapat kita ambil dari apa yang ia sampaikan. Bisa jadi dengan kita mendengarkan saudara kita berbicara, amal tersebut dihitung sebagai amal shaleh. Allah swt berfirman:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya: "Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri". (QS. Lukman: 18)

Maksud ayat tersebut adalah apabila kita berhadapan dengan orang yang sedang berbicara dengan kita, kita tidak boleh memalingkan muka dari lawan bicara kita. sebaliknya, hendaklah kita menghadapkan wajah kita kepada lawan bicara kita dan mendengarkannya dengan seksama dan penuh persaudaraan. Memalingkan atau membuang muka dari siapapun merupakan perilaku yang tidak disukai oleh Allah dan Rasul-Nya, karena sikap semacam ini adalah bukti kesombongan dan tinggi hati pelakunya. Bersikap sombong dan tinggi hati adalah perbuatan yang sangat dimurkai oleh Allah swt

- d. Tidak menampakkan sikap berbeda kepada saudara kita meskipun kita lebih mengetahui.

Ekspresi seringkali tidak dapat kita kendalikan. Misalnya saja ketika kita tidak sependapat dengan lawan bicara kita, akan muncul ekspresi tidak menyenangkan baik itu kita sadari atau tidak. Sebenarnya ekspresi tidak menyenangkan yang kita tampilkan bisa jadi menyakiti perasaan lawan bicara kita tersebut. Bila memang kita sudah lebih mengetahui dan kita mengetahui bahwa hal yang ia sampaikan salah, tunggulah hingga ia selesai menyampaikan pendapatnya dengan ekspresi yang biasa saja. Setelah itu, barulah sampaikan apa pendapat kita kepadanya dengan kata-kata yang baik dan tidak menyakiti hatinya pula.

- e. Tidak menampakkan kepada para hadirin bahwa kita lebih

berilmu daripada yang lainnya.

Dalam suatu forum, bisa jadi orang yang datang berasal dari latar belakang yang berbeda, baik dari keilmuan ataupun pemahaman. Bisa jadi kita adalah orang yang paling paham akan suatu hal, tapi kita tidak perlu menunjukkan bahwa kitalah yang paling paham tentang masalah tersebut karena bisa jadi kita akan mendapat banyak ilmu ketika kita mendengarkan berbagai pandangan dari orang-orang yang hadir.

Mendengarkan bisa jadi merupakan hal yang sederhana. Akan tetapi, ketika kita mendengarkan sesuatu dengan bersungguh-sungguh dan menangkap hikmahnya dengan hati, akan ada banyak pelajaran yang dapat kita ambil.

D. Tes Formatif

1. Jelaskan konsep psikologi tentang manusia !
2. Uraikan tentang konsep manusia dalam perspektif Islam !
3. Sebutkan dan jelaskan faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia!
4. Sebutkan dan jelaskan faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia !
5. Uraikan apa yang dimaksud etika komunikasi?

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian pergunkan rumusan berikut ini :

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

Tabel 2.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|---------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 3

KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

A. Deskripsi Singkat

*B*ab ini mengkaji tentang proses komunikasi yang terjadi dalam diri seorang individu, bermonolog, menentukan pilihan dan membuat sebuah keputusan. Proses komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi intrapersonal yang merupakan sebuah proses munculnya sensasi, timbulnya persepsi, adanya memori dan pada akhirnya terjadi proses berfikir dalam diri seorang individu. Dalam setiap pembahasan proses yang terjadi akan disertai tinjauan dalam perspektif islam. Telah banyak dalil yang membahas terkait dengan proses-proses tersebut. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang sensasi
2. Penjelasan tentang persepsi
3. Penjelasan tentang memori
4. Penjelasan tentang proses berfikir

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab komunikasi intrapersonal, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan tentang sensasi
2. Mampu menjelaskan tentang persepsi

3. Mampu menjelaskan tentang memori
4. Mampu menjelaskan tentang proses berfikir

C. Pembahasan

3.1 Sensasi

Sensasi atau sensation berasal dari Bahasa Latin yaitu "*sensatus*" yang berarti dianugerahi dengan indera atau intelek. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, sensasi berasal dari kata "*sense*" yang berarti alat penginderaan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Pada hakekatnya, sensasi adalah tahap awal penerimaan informasi dari lingkungan luar. Dalam proses penerimaan dan pengolahan informasi disebut dengan komunikasi intrapersonal dimana alat indera adalah faktor yang menentukan. Proses menangkap stimuli oleh alat indera inilah yang disebut dengan sensasi. Proses sensasi ini terjadi karena beberapa faktor seperti jangkauan alat indera, perbedaan pengalaman serta lingkungan budaya dan faktor situasional yang datang ke alat indera kita.

Benyamin B. Wolman (1973 dalam Rakhmat 1994) menyatakan bahwa sensasi adalah menguraikan verbal, simbolis atau konsep berkaitan dengan alat indera kita. Sensasi berarti menerima rangsang melalui indera dan berpengaruh pada perasaan. Dengan adanya sensasi tersebut, maka manusia akan senantiasa menjalankan kehidupannya dengan lebih optimal. Sensasi adalah kegiatan manusia untuk menerima informasi sensoris melalui alat indera kemudian menerjemahkannya menjadi sinyal-sinyal neural yang bermakna.

Dennis Coon (1977) menjelaskan bahwa proses sensasi adalah alat-alat indera yang mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf disertai bahasa yang mudah dipahami oleh otak.

Sensasi adalah stimulus (rangsangan) yang diterima melalui panca indera dimana hal ini hubungannya lebih cenderung mengarah kepada perasaan. Atau dengan kata lain, sensasi adalah proses atau pengalaman elementer yang terjadi akibat perangsang yang merangsang satu reseptor.

Sensasi adalah aspek kesadaran sederhana oleh indera kita seperti temperatur tinggi, warna, rasa nikmat kopi dan lainnya. Sensasi ini juga dianggap sebagai puncak kesadaran objek yang spontan. Sensasi adalah hal pasti yang ditentukan secara mendasar. Sensasi cenderung ke perasaan tetapi bukan emosi yang sering digunakan secara sinonim dengan kesan inderawi. Sensasi adalah penerimaan rangsang yang ditujukan untuk alat indera kita yang masih belum diberi makna. Proses sensasi sendiri adalah stimulus-organisme-respons (S-O-R).

Jenis-Jenis Sensasi

Sensasi atau alat indera adalah organ untuk menerima jenis rangsangan tertentu. Terdapat 5 alat indera dalam diri kita yakni indera penglihatan, pendengaran, peraba, pengecap dan pembau.

a. Indera Penglihatan

Indera penglihatan atau mata adalah organ yang mendeteksi cahaya. Dalam proses penglihatan, kita membutuhkan cahaya dalam mewujudkan hasil penglihatan. Dalam menyerap informasi melalui mata, setidaknya ada beberapa jenis warna yaitu warna primer seperti merah, hijau dan biru. Kemudian, warna sekunder yaitu gabungan dari warna primer seperti kuning cyan dan magenta. Ada pula warna tersier yaitu gabungan dari kedua warna primer dan sekunder seperti orange, ungu dan lainnya. Mata dapat melihat sebuah benda jika terdapat cahaya yang dipantulkan.

Pantulan cahaya tersebut akan diterima oleh kornea. Setelah itu, akan diteruskan ke lensa mata melalui pupil. Ketika pada mata normal, lensa mata tersebut akan memfokuskan bayangan benda agar jatuh tepat di bintik kuning. Lalu, sel-sel reseptor meneruskan rangsangan cahaya ke pusat syaraf penglihatan kita di otak. Namun, mata atau indera penglihatan ini dapat mengalami buta warna.

Buta warna adalah suatu kelainan berupa ketidakmampuan sel-sel kerucut mata dalam menangkap spektrum warna tertentu. Penderita buta warna tidak dapat membedakan adanya perbedaan nuansa warna atau memang buta pada beberapa warna. Buta warna sendiri dibedakan menjadi 3 jenis yaitu :

1). Trikromasi

Yakni perubahan sensitifitas warna dari satu jenis atau lebih kerucut. Trikromasi sendiri dibedakan menjadi 3 jenis yaitu : *protanomali* yakni kelemahan pada warna merah, *deuteromali* yakni kelemahan pada warna hijau serta *tritanomali* atau *low blue* yakni kelemahan pada warna biru.

2). Dikromasi

Yakni tidak adanya satu dari 3 macam sel kerucut, juga terdiri dari 3 jenis yaitu: *protanopia* adalah tidak adanya sel kerucut merah sehingga warna merah dan perpaduannya berkurang, *deuteranopia* adalah tidak adanya sel kerucut warna hijau serta *tritanopia* adalah tidak adanya sel kerucut warna biru.

3). Monokromasi

Yakni berkurangnya semua sel pengalihan warna sehingga ia hanya melihat warna hitam putih jenis typical dan sedikit jenis warna atypical, namun hal ini sangat jarang sekali.

b. Indera Pendengaran

Pendengaran (telinga) adalah alat pendengar dan alat keseimbangan. Terdiri dari 3 bagian yakni telinga luar, tengah dan rongga bagian dalam. Suara yang didengarkan oleh telinga adalah gelombang mekanis dari osilasi tekanan yang dialirkan melalui gas, padat dan cair yang terdiri dari frekuensi kisaran pendengaran dan tingkatan yang cukup kuat untuk didengarkan.

Proses pendengaran sendiri diawali dengan gelombang bunyi yang masuk melalui telinga, lalu menggetarkan membran timpani. Hasil getaran tersebut akan diteruskan ke telinga tengah dengan tulang-tulang pendengaran. Kemudian, getaran tersebut menuju ke telinga dalam dengan selaput jendela oval yang menggetarkan cairan perilimfe di dalam skala vestibuli. Selain sebagai indera pendengaran, telinga juga memiliki reseptor perangsang keseimbangan atau equilibrium yang bertugas mengatur keseimbangan kita.

c. Indera Peraba

Indera peraba atau bagian kulit yang paling peka adalah ujung jari dan bibir. Kulit terdiri dari dua lapisan yaitu lapisan epidermis dan dermis. Rangsangan peraba kulit adalah tekanan, suhu, sakit atau nyeri dan gerakan. Kulit memiliki ujung-ujung saraf sensorik yang menjadi reseptor khusus untuk sentuhan, tekanan, temperature dan rasa sakit. Kulit sendiri memiliki tiga fungsi, diantaranya:

- 1). Monoreseptor yakni berhubungan dengan indera peraba, adanya tekanan gerakan dan kinestasi,
- 2). Thermoreseptor atau bawah kulit berhubungan dengan saraf pendeteksi panas dan dingin,
- 3). Kemoreseptor yakni berhubungan dengan jenis rasa asam,

basa dan garam

d. Indera Penciuman

Indera penciuman atau hidung berfungsi menanggapi rangsang berbentuk bau atau gas. Pada rongga hidung terdapat serabut saraf pembau yang mempunyai sel-sel pembau dimana sel-sel ini dilengkapi dengan rambut halus diujungnya dengan selaput untuk membuat hidung lembab. Setidaknya ada 6 bau utama yang mudah diterima oleh hidung yaitu, bau cengkeh, vanili, jeruk, eter, serih, terpentin dan telur busuk.

e. Indera Pengecap

Indera pengecap atau lidah adalah resepor khusus yang berhubungan dengan reseptor kimia. Organ ini tersusun dari otot yang dapat merasakan berbagai macam rasa seperti asin, manis, asam dan pahit. Lidah bisa disebut juga sebagai kumpulan otot pada rantai mulut yang berfungsi sebagai alat pengunyah dan penelanan. Selain itu, lidah juga berfungsi sebagai alat pembantu bicara dan membantu proses pencernaan.

Dalam Islam konsep tentang sensasi berupa alat indra yang dianugerahkan Allah juga dijelaskan dalam Al-Qur'an:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ
وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: "Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur". (QS. An-Nahl: 78)

Ayat ini menurut Tafsir Al Maraghi mengandung penjelasan bahwa setelah Allah melahirkan kamu dari perut ibumu, maka Dia menjadikan kamu dapat mengetahuise segala sesuatu yang

sebelumnya tidak kamu ketahui. Dia telah memberikan kepadamu beberapa macam anugerah berikut ini :

- 1) Akal; sebagai alat untuk memahami sesuatu, terutama dengan akal itu kita dapat membedakan antara yang baik dan yang jelek, antar yng lurus dan yang sesat, antara yang benar dan yang salah.
- 2) Pendengaran; sebagai alat untuk mendengarkan suara, terutama dengan pendengaran itu kita dapat memahami percakapan diantara sesama manusia.
- 3) Penglihatan; sebagai alat untuk melihat segala sesuatu, terutama dengan penglihatan itu kita dapat saling mengenal diantara kamu.
- 4) Perangkat hidup yang lain; sehingga kamu dapat mengetahui jalan untuk mencari rizki dan materi lainnya yang kita butuhkan, bahkan kita dapat pula memilih mana yang terbaik bagi kita dan meninggalkan mana yang buruk.

Semua yang di anugerahkan oleh Allah kepada kita tiada maksud lain kecuali supaya kita bersyukur, artinya kita gunakan semua anugerah Allah tersebut diatas semata-mata untuk mencapai tujuan hidup yang sebenarnya yaitu :

- 1) Memanfaatkansebaik-baiknya karunia Allah yang tersebar di seluruh belahan bumi-Nya demi kemaslaahatan hidup umat manusia.
- 2) Meraih keridlaan-Nya, karena dengan keridlaan-Nya itulah hidup menjadi semakin bermartabat.

Begitulah selayaknya yang harus dilakukan oleh setiap manusia sesuai tugas hidupnya sebagai hamba Allah dan khalifahnya di muka bumi.

Adapun menurut pendapat Al-Ghazali, semua anugerah Allah yang disebutkan dalam Surat An Nahl : 78 pada hakekatnya hanya merupakan sebagian saja, karena secara global anugerah Allah itu dapat dipaparkan dalam 5 macam :

1. Hidayatul Gharizah : Yakni anugerah Insting, seperti halnya bayi menangis
2. Hidayatul Hawasy : Artinya anugerah Panca Indera
3. Hidayatul Aqli : Yakni anugerah Akal Pikiran.
4. Hidayatul Din : Artinya anugerah Petunjuk Agama.
5. Hidayatul Irsyad wa Taufiqi : Yakni anugerah Pengarahan dan Bimbingan.

Anugerah panca indra hanyalah satu dari sekian banyak anugerah Allah yang lain. Oleh karena itu kita harus memanfaatkan seluruh anugerah tersebut dengan sebaik-baiknya dan untuk menghasilkan kemanfaatan.

3.2 Persepsi

Secara terminology sebagaimana dinyatakan Purwodarminto (1990: 759), pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Menurut Asrori (2009:214) pengertian persepsi adalah

“proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman.”

Dalam pengertian persepsi tersebut terdapat dua unsur penting yakni interpretasi dan pengorganisasian. Interpretasi merupakan upaya pemahaman dari individu terhadap informasi yang diperolehnya. Sedangkan perorganisasian adalah proses mengelola informasi tertentu agar memiliki makna.

Persepsi merupakan suatu proses yang dipelajari melalui interaksi dengan lingkungan sekitar. Persepsi seseorang timbul sejak kecil melalui interaksi dengan manusia lain. Sejalan dengan hal itu, Rahmat (1990:64) mendefinisikan pengertian persepsi sebagai

“pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”.

Kesamaan pendapat ini terlihat dari makna menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang memiliki keterkaitan dengan proses untuk memberi arti.

Adapun menurut Slamet (2010:102) pengertian persepsi adalah proses yang berkaitan dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera pengelihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium. Sedangkan menurut Sarwono (1983: 89), pengertian Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk

mengelompokan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan.

Sejalan dengan Irwanto (1991:71) yang menyatakan bahwa pengertian persepsi adalah proses diterimanya rangsang (objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa) sampai rangsang itu disadari dan dimengerti. Reaksi seseorang terhadap suatu objek dapat diwujudkan dalam bentuk sikap atau tingkah laku seseorang tentang apa yang dipersepsikan. Adapun menurut Robbins (1999:124) pengertian persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Sedangkan menurut Thoaha (1999:123-124), pengertian persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman.

Eysenck dalam Asrori (2009:215) menyatakan bahwa persepsi sesungguhnya memerlukan proses belajar dan pengalaman. Hasil proses belajar dan interaksi seseorang akan memberikan pengalaman bagi dirinya untuk dapat membandingkan keadaan yang dihadapi. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud persepsi adalah proses menerima, membedakan, dan memberi arti terhadap stimulus yang diterima alat indra, sehingga dapat memberi kesimpulan dan menafsirkan terhadap objek tertentu yang diamatinya.

Syarat terjadinya persepsi

Menurut Walgito (1989:54) ada tiga syarat terjadinya persepsi yaitu :

- a. Adanya objek yang dipersepsi.
- b. Adanya alat indra atau reseptor.
- c. Adanya perhatian.

Adanya objek atau peristiwa sosial yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indra (*reseptor*). Dalam hal ini objek yang diamati adalah perilaku keterampilan dosen dalam penggunaan media pembelajaran, di sini mahasiswa diminta memberikan suatu persepsi terhadapnya. Alat indra merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi dan merupakan alat untuk menerima stimulus, tetapi harus ada pula syarat sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Adanya perhatian dari individu merupakan langkah pertama dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Individu harus mempunyai perhatian pada objek yang bersangkutan. Bila telah memperhatikannya, selanjutnya individu mempersepsikan apa yang diterimanya dengan alat indra.

Selanjutnya Walgito (1989:56) menambahkan bahwa persepsi dipengaruhi banyak faktor diantaranya faktor perhatian dari individu, yang merupakan aspek psikologis individu dalam mengadakan persepsi. Adapun menurut Parek (1984:14) persepsi dipengaruhi faktor interen yang berkaitan dengan diri sendiri (misalnya latar belakang pendidikan, perbedaan pengalaman, motivasi, kepribadian dan kebutuhan) dan faktor ekstern yang berkaitan dengan intensitas dan ukuran rangsang, gerakan, pengulangan dan sesuatu yang baru. Dengan demikian,

membicarakan persepsi pada dasarnya berkenaan dengan proses perlakuan seseorang terhadap informasi tentang suatu objek yang masuk pada dirinya melalui pengamatan dengan menggunakan panca indra yang dimilikinya.

Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Walgito (1989:54) menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).

Persepsi merupakan bagian dari seluruh proses yang menghasilkan respon atau tanggapan yang dimana setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subprosesnya adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran. Persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan, dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi atau kedua-duanya.

Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

- 1) Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks.
- 3) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi (Depdikbud, 1985), dalam Soelaeman, 1987). Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Jenis Jenis Persepsi

1) Persepsi visual

Persepsi visual dari indera penglihatan yaitu mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual adalah hasil dari apa yang kita lihat, baik sebelum kita melihat atau masih membayangkan serta sesudah melakukan pada objek yang dituju.

Ayat yang mewakili tentang penglihatan yang berperan dalam proses persepsi adalah:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُزْجِي سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُ ثُمَّ يَجْعَلُهُ رُكَامًا فَتَرَى الْوَدْقَ يَخْرُجُ مِنْ خِلَالِهِ وَيُنَزِّلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ بَرَدٍ فَيُصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ

وَيُضْرَفُهُ عَن مَّن يَشَاءُ يَكَادُ سَنَا بَرْقَةٍ يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ

Artinya: "Tidaklah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan, kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagian)nya, kemudian menjadikannya bertindih-tindih, Maka kelihatanlah olehmu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, Maka ditimpakan-Nya (butiran-butiran) es itu kepada siapa yang dikehendaki-Nya dan dipalingkan-Nya dari siapa yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu hampir-hampir menghilangkan penglihatan." (QS. An-Nuur. 43)

2) Persepsi auditoria atau pendengaran

Persepsi auditori merupakan persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang didengarnya. Dalil yang mewakili tentang pendengaran yang berperan dalam proses persepsi adalah:

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

Artinya: "...yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal." (QS. Az-Zumar. 18)

3) Persepsi perabaan

Persepsi perabaan merupakan persepsi yang didapatkan dari indera perabaan yaitu kulit. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang disentuhnya atau akibat persentuhan sesuatu dengan kulitnya.

4) Persepsi penciuman

Persepsi penciuman merupakan persepsi yang didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Seseorang dapat

memperepsikan sesuatu dari apa yang ia cium.

وَالْحَبُّ ذُو الْعَصْفِ وَالرَّيْحَانُ

Artinya: "Dan biji-bijian yang berkulit dan bunga-bunga yang harum baunya" (QS. Ar-Rahman: 12)

5) Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan atau rasa merupakan jenis persepsi yang didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Seseorang dapat memperepsikan sesuatu dari apa yang dikecap atau rasakan.

Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Seseorang

Miftah Toha (2003: 154) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- 2) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak-asingan suatu objek.

David Krech (1962) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

- 1) *Frame of Reference*, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi dari pendidikan, bacaan, penelitian, dll.
- 2) *Frame of experience*, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya

Sedangkan menurut Stephen P. Robins, (1996) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

1) Individu yang bersangkutan (pemersepsi)

Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapannya.

2) Sasaran dari persepsi

Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat-sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok lain yang tidak serupa.

3) Situasi

Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Menurut Bimo Walgito (2004: 70) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima

yang bekerja sebagai reseptor

2) Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang

3) Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

Dalam Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mukminun

ayat 12-24, disebutkan proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan.

Persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar. Di dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 sebagaimana telah disebutkan pada sub bab sebelumnya, selain itu juga terdapat dalam surat As-Sajdah ayat 9:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: "Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur". (QS. As-Sajdah : 9)

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya

dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut. Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal.

3.3 Memori

Pengertian memori menurut Chaplin, 2002 yaitu fungsi yang terlibat dalam proses mengenang masa lalu, keseluruhan pengalaman masa lalu yang diingat kembali, dan pengalaman khas yang paling diingat. Memori sebagai fungsi, pengalaman, atau informasi, dan spesifikasi. Memori melibatkan apa yang dilihat dan dialami dengan merekamnya. Memori menggunakan rekaman itu untuk melakukan aktivitas. Namun tidak semua pengalaman bisa disimpan dengan baik, hanya informasi atau pengalaman tertentu yang memiliki kekhasan saja yang mampu tersimpan. Sehingga memori memerlukan suatu tempat untuk menyimpan, menerima, dan mengingat kembali informasi khusus.

Apa yang dilihat atau dialami akan dipersepsikan pada individu dan hal tersebut di masukkan ke dalam jiwa kemudian disimpan dalam ingatan. Pada suatu saat ingatan itu bisa diambil kembali. Proses mengingat informasi ada tiga tahap, yaitu memasukkan informasi (*encoding*), penyimpanan (*storage*), dan mengingat (*retrieval stage*). Kemampuan ingatan ada tiga yaitu

learning/ menerima atau belajar tentang informasi, *retention/* menyimpan, dan *remembering/* menimbulkan kembali ingatan yang sudah disimpan.

Jenis Jenis Memori

a. Memori Sensoris

Memori sensoris berkaitan juga dengan penyimpanan informasi yang diperoleh dari penerimaan pancaindera. Memori sensoris merupakan proses penyimpanan informasi melalui saraf-saraf sensoris dalam jangka waktu yang sangat pendek. *Encoding* dalam memori sensoris terjadi ketika mata melihat sesuatu, gambaran objek melalui sistem indera akan disampaikan ke bagian penyimpanan otak melalui impuls-impuls saraf. *Storage* dalam memori sensoris memiliki kapasitas memori yang sangat besar namun penyimpanan tidak berlangsung lama atau cepat hilang.

b. Memori Jangka Pendek

Memori jangka pendek merupakan proses penyimpanan memori secara sementara yang artinya memori tidak bisa disimpan lama. *Encoding* dalam memori jangka pendek terjadi ketika informasi yang didapatkan akan diterima di otak dengan sebutan kontrol proses. Informasi akan diproses dan kemudian disimpan. Kontrol proses merupakan proses yang mengatur masuknya informasi serta laju kecepatan menangkap informasi. *Storage* dalam memori jangka pendek memiliki kapasitas memori dalam jangka pendek terbatas sehingga memiliki kemungkinan untuk hilang. *Retrieval* dalam memori jangka pendek merupakan proses mengingat dalam memori jangka pendek tidak terlalu lama karena kapasitas memori yang terbatas. Untuk mengingat memori jangka pendek bisa dilakukan dengan paralel search atau serial

search.

c. Memori Jangka Panjang

Memori jangka panjang merupakan proses penyimpanan yang bisa diingat cukup lama dan relatif bersifat permanen. *Encoding* dalam memori jangka panjang terjadi cukup lamadan setelah itu dilakukan proses semantik atau coding, data akan dianalisa lebih lagi. *Storage* dalam memori jangka panjang bisa berlangsung lebih lama. Selain itu kapasitas penyimpanan memori juga lebih besar sehingga banyak memori yang diingat permanen. *Retrieval* dalam memori jangka panjang ini sangat terorganisir sehingga proses pengambilan memori juga dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

Fungsi Memori

Memori memiliki fungsi-fungsi khusus dan peranannya dalam membantu aktivitas tubuh manusia. Berikut ini merupakan beberapa fungsi dari memori:

a. Encoding/ memasukkan informasi

Encoding merupakan proses penyerapan persepsi dari informasi yang didapat kemudian dirubah menjadi sifat memori organisme. Proses ini cukup lama agar mampu tersimpan dengan baik dan tidak mudah hilang. Proses encoding ini bisa terjadi secara tidak sengaja maupun sengaja. Misalnya apabila informasi atau suatu hal tertentu diterima oleh panca indera dan dimasukkan ke dalam ingatan secara tidak sengaja. Sengaja, yaitu apabila individu memiliki niat untuk menyimpan informasi tersebut sehingga individu menaruh fokus perhatiannya dalam menyerap informasi. Proses encoding ini butuh beberapa waktu dan masing masing orang berbeda. Orang dengan tingkat kecerdasan tinggi akan dapat menyerap dengan cepat, dan sebaliknya orang dengan

tingkat kecerdasan lebih rendah membutuhkan waktu yang lebih lama.

b. Storage/ menyimpan

Fungsi berikutnya adalah sebagai alat penyimpanan. Setelah proses encoding, data atau informasi yang didapat akan disimpan dengan membentuk jejak jejak yang bisa ditimbulkan kembali. Jejak jejak memori tersebut disebut juga traces memori. Memori traces ini bisa mudah menghilang apabila tidak sering digunakan. Apabila memori traces hilang maka memori akan cukup sulit untuk dikembalikan atau kelupaan. Jejak jejak memori membantu menuntun keinginan manusia untuk memperoleh bentuk ingatan tertentu.

c. Retrieval/ mengeluarkan kembali

Fungsi ketiga yaitu menimbulkan kembali ingatan yang sudah tersimpan. Proses ini berkaitan dengan proses mencari informasi di dalam otak, menemukannya, dan menggunakan kembali memori tersebut. Mekanisme ini sangat membantu dalam kegiatan sehari-hari dimana ingatan-ingatan yang tersimpan berkaitan erat dengan masa depan. Segala bentuk aktivitas berhubungan dengan mengingat dan meneluarkan kembali ingatan. Cara yang digunakan untuk mengembalikan ingatan yang tersimpan yaitu melalui proses berikut:

- 1). **Recall**: yaitu proses mengingat kembali informasi dari masa lalu tanpa petunjuk yang ada pada organisme. Misalnya mengingat nama orang yang saat itu tidak berada di depannya.
- 2). **Recognize**: yaitu proses mengenali informasi yang pernah disimpan melalui petunjuk seperti jejak-jejak pada ingatan organisme. Proses ini bisa berlangsung dengan cepat atau

berjalan beberapa saat.

- 3). *Redintegrative*: yaitu proses mengingat tentang suatu kompleks cerita yang panjang. Proses ini yang memberikan respon pada manusia dapat menceritakan suatu kejadian dengan runtut. Misalnya menceritakan film yang telah dilihatnya.

Proses Terbentuknya Memori

Proses pembuatan memori diawali dengan paparan objek atau lingkungan pada panca indera manusia. Memori diciptakan oleh susunan saraf pusat secara biologis yang melibatkan banyak kerja saraf dan komponen tubuh lainnya. Proses terbentuknya memori diawali dengan penerimaan informasi melalui panca indera, kemudian diterima oleh saraf sensori di panca indera dan dikirim ke otak. Otak mempersepsikan informasi kemudian disimpan pada memori jangka pendek atau waktu yang sebentar sekitar 1 menit. Memori jangka pendek dikirim ke generator atau pembangkit tanggapan yang kemudian disalurkan kembali ke bagian tubuh lainnya untuk memberikan tanggapan.

Memori jangka pendek kemudian diubah menjadi memori jangka panjang dan disimpan secara permanen di dalam otak. Proses ini melibatkan kerja kontrol dan membentuk jejak-jejak memori. Memori jangka panjang dapat digunakan dengan cepat dengan melalui jejak-jejak memori yang terbentuk. Semakin sering dipanggil, memori akan semakin mudah ditemukan dan jejak-jejaknya semakin jelas. Namun pada memori jangka panjang yang tidak pernah atau jarang digunakan maka memori akan meluap dan terjadi lupa atau kondisi tidak dapat mengingat sesuatu. Memori lupa dapat dikembalikan dengan melalui ciri-ciri informasi yang masih diingat.

Memori kontrol bekerja jika ada keinginan kuat, harapan, motivasi, minat dan usaha. Namun apabila tidak ada hal-hal tersebut, maka kontrol tidak akan bekerja dan memori tidak akan tersimpan. Kualitas kontrol tergantung pada banyaknya informasi yang tertangkap panca indera, semakin banyak yang tertangkap maka penyimpanan memori akan lebih baik. Kontrol lainnya yaitu frekuensi dimana semakin banyak frekuensi informasi yang didapatkan maka semakin baik pula penyimpanan memorinya.

Faktor Kelupaan dalam Sebuah Memori

Kelupaan terjadi karena ingatan yang tersimpan tidak pernah atau jarang ditimbulkan kembali. Sehingga perlahan ingatan itu memudar dan hilang. Konsep lupa memiliki empat macam teori yaitu:

- 1) *Decay theory* (menganggap bahwa memori akan semakin memudar),
- 2) *Teori interferensi* (menitikberatkan pada interval),
- 3) *Retrieval failure* (kegagalan mengingat memori disebabkan oleh interferensi),
- 4) *Teori Motivated Forgetting* (kecenderungan melupakan hal-hal yang tidak menyenangkan

Sebab fisiologis (adanya perubahan fisik di otak dikarenakan gangguan fisik). Lupa bisa juga menjadi tanda fisiologis dari penuaan, dikarenakan fungsi sistem saraf yang menurun pada usia tua dan tidak dapat meregenerasi diri lagi.

Memori dalam psikologi disebutkan sebagai proses penyimpanan informasi dari apa yang ditangkap oleh panca indera manusia. Hal-hal berupa gambaran dari pengelihatannya, penciuman, pendengaran dan apa yang dirasakan akan dipersepsikan lalu disimpan di dalam otak. Memori bersifat sementara ataupun

permanen. Memori juga bisa terlupakan atau bisa juga dipanggil kembali disaat dibutuhkan. Peranan sistem saraf pusat dalam menghantarkan informasi bersifat sensorik merupakan sistem kerja yang utama. Apabila terjadi gangguan dalam penghantarannya informasi, maka informasi tidak dapat tersimpan.

Pada kondisi lupa, ingatan atau memori yang disimpan mungkin memiliki kekurangan saat proses penyimpanan, misalnya waktu terpajang yang kurang, kurangnya frekuensi, kurang khas, atau terlalu lama dan jarang dipanggil kembali. Lupa merupakan hal yang biasa terjadi pada siapapun. Dengan mengetahui sistem kerja memori ini, maka cara belajar atau mengingat informasi bisa diperbaiki dengan lebih sering terpapar informasi.

Memori/ingatan dalam Perspektif Islam

Banyak ayat dalam Al-qur'an yang menyebutkan bahwa Allah SWT mengutus Nabi Muhammad SAW dan mewahyukan Al-Qur'an kepadanya untuk mengingatkan manusia akan aqidah tauhid, hari kebangkitan amal, serta mengingatkan mereka akan ajaran para Nabi dan Rosul sebelumnya yang telah mereka lalaikan. Di antara contoh ayat tersebut adalah:

قَالَ أَرَأَيْتَ إِذْ أَوَيْنَا إِلَى الصَّخْرَةِ فَإِنِّي نَسِيتُ الْحُوتَ وَمَا أَنْسَانِيهِ إِلَّا الشَّيْطَانُ
أَنْ أَذْكُرَهُ وَاتَّخَذَ سَبِيلَهُ فِي الْبَحْرِ عَجَبًا

Artinya: Muridnya menjawab: «Tahukah kamu tatkala kita mencari tempat berlindung di batu tadi, maka sesungguhnya aku lupa (menceritakan tentang) ikan itu dan tidak adalah yang melupakan aku untuk menceritakannya kecuali syaitan dan ikan itu mengambil jalannya ke laut dengan cara yang aneh sekali». (QS. Al-Kahfi: 63)

هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذَرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُو
الْأَلْبَابِ

Artinya: “(Al-Qur’an) ini adalah penjelasan yang sempurna bagi manusia, dan supaya mereka diberi peringatan dengannya, dan supaya mereka mengetahui bawasanya Dia adalah Tuhan yang Maha Esa dan agar orang-orang yang berakal mengambil pelajaran.” (QS. Ibrahim: 52)

وَمَا كُنْتَ بِجَانِبِ الطُّورِ إِذْ نَادَيْنَا وَلَكِنْ رَحْمَةً مِنْ رَبِّكَ لِتُنذِرَ قَوْمًا مَا
آتَاهُمْ مِنْ نَذِيرٍ مِنْ قَبْلِكَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Artinya: “Dan tiadalah kamu berada di detak Gunung Tsur ketika kami menyeru (Musa), tetapi (Kami beritahukan itu kepadamu) sebagai rahmat dari Tuhanmu, supaya kamu memberi peringatan kepada kaum (Quraisy) yang sekali-kali belum datang kepada mereka pemberi peringatan sebelum kamu agar mereka ingat.” (QS. Al-Qashash: 46)

نَحْنُ أَعْلَمُ بِمَا يَقُولُونَ وَمَا أَنْتَ عَلَيْهِمْ بِجَبَّارٍ فَذَكَرْ بِالْقُرْآنِ مَنْ يَخَافُ
وَعِيدَ

Artinya: “Kami lebih mengetahui tentang apa yang mereka katakan, dan kamu sekali-kali bukanlah seorang pemaksa terhadap mereka. Maka beri peringatanlah dengan Al Quran orang yang takut dengan ancaman-Ku.” (QS. Qaf: 45)

وَذَكَرْ فَإِنَّ الدَّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman.” (QS. Adz-Dzariyat: 55)

فَذَكَرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ

Artinya: "Maka berilah peringatan, karena sesungguhnya kamu hanyalah orang yang memberi peringatan." (QS. Al-Ghasyiyah: 21)

3.4 Berfikir

Definisi yang paling umum dari berfikir adalah berkembangnya ide dan konsep (Bochenski, dalam Suriasumantri (ed), 1983:52) di dalam diri seseorang. Perkembangan ide dan konsep ini berlangsung melalui proses penjalinan hubungan antara bagian-bagian informasi yang tersimpan di dalam diri seseorang yang berupa pengertian-pengertian. "Berpikir" mencakup banyak aktivitas mental. Kita berpikir saat memutuskan barang apa yang akan kita beli di toko. Kita berpikir saat melamun sambil menunggu kuliah psikologi komunikasi dimulai. Kita berpikir saat mencoba mengerjakan soal ujian yang diberikan di kelas. Kita berpikir saat menulis artikel, menulis makalah, menulis surat, membaca buku, membaca koran, merencanakan liburan, dan lain sebagainya.

Berpikir adalah suatu kegiatan mental yang melibatkan kerja otak. Walaupun tidak bisa dipisahkan dari aktivitas kerja otak, pikiran manusia lebih dari sekedar kerja organ tubuh yang disebut otak. Kegiatan berpikir juga melibatkan seluruh pribadi manusia dan juga melibatkan perasaan dan kehendak manusia. Memikirkan sesuatu berarti mengarahkan diri pada obyek tertentu, menyadari secara aktif dan menghadirkannya dalam pikiran kemudian mempunyai wawasan tentang obyek tersebut.

Berpikir juga berarti berjerih-payah secara mental untuk memahami sesuatu yang dialami atau mencari jalan keluar dari persoalan yang sedang dihadapi. Dalam berpikir juga termuat kegiatan meragukan dan memastikan, merancang, menghitung, mengukur, mengevaluasi, membandingkan, menggolongkan,

memilah-milah atau membedakan, menghubungkan, menafsirkan, melihat kemungkinan-kemungkinan yang ada, membuat analisis dan sintesis menalar atau menarik kesimpulan dari premis-premis yang ada, menimbang, dan memutuskan.

Berfikir Menurut Perspektif Islam

Berpikir memiliki karakteristik tersendiri. Berpikir lebih bersifat empiris-faktual. Karena itu, berpikir akan menghasilkan kesimpulan-kesimpulan dalam bentuk teori yang bersifat empiris, memiliki implikasi bagi pemecahan permasalahan umat manusia, serta mewujudkan kehidupan yang lebih baik. Melakukan kajian terhadap sesuatu yang tidak bersifat empiris tidak termasuk proses berpikir.

Dengan menjadikan realitas sebagai obyek berpikir, Taqyuddin an-Nabhani membagi metode berpikir menjadi dua bagian: metode berpikir rasional (*at-thariqah al-'aqliyyah*) dan metode berpikir sains (*at-thariqah al-'ilmiyyah*). Kedua metode berpikir tersebut sebenarnya tidak berbeda. Berpikir sains bersifat rasional, sistematis dan terorganisasi. Hanya saja, berpikir rasional cenderung mengandung perspektif tertentu sebagai pengaruh dari informasi yang dimiliki, baik berasal dari lingkungan sosial budaya, ideologi, kepercayaan, keyakinan atau agama. Berpikir rasional mengandung unsur subyektivitas; sedangkan berpikir sains lebih bersifat netral, obyektif dan bersifat eksperimental-laboratoris. Disamping kedua jenis berfikir yang telah disebutkan diatas, terdapat jenis berfikir hikmatis, yaitu menemukan kaidah-kaidah dan hal-hal yang tidak rasional tetapi nyata dan berulang-ulang. Orang yang berfikir akan menjadi bijaksana karena belajar dari kehidupan, berpegang teguh pada ilmu kehidupan, bukan hanya yang rasional.

Al-Quran mengajarkan metode berpikir rasional yang bertolak dari fakta. Metode berpikir rasional ialah metode al-Quran, metode Islam. Karena itu, berpikir rasional dapat menjadi acuan dalam merumuskan perspektif berpikir untuk mewujudkan integrasi keilmuan. Berpikir itu sendiri merupakan sesuatu yang paling berharga bagi manusia, paling mahal harganya dalam kehidupan, sekaligus menjadi tempat bergantungnya jalan kehidupan. Oleh karena itu, kita harus bersungguh-sungguh untuk memperhatikan aktivitas berpikir ini.

Berpikir pada hakikatnya merupakan usaha untuk memahami fakta (realitas empiris). Karena itu, salah satu unsur berpikir yang penting ialah fakta. Berusaha untuk memahami sesuatu yang berada di luar jangkauan indera (tidak empiris) bukan termasuk kegiatan berpikir. Berpikir harus menyimpulkan sesuatu yang berkaitan dengan realitas. Karena itu, berpikir memiliki implikasi yang sangat produktif bagi perumusan teori yang bersifat empiris, bagi pemecahan persoalan umat manusia dan bagi pengembangan masyarakat. Penemuan ilmiah hanya bisa dilakukan jika seseorang melakukan pengamatan terhadap realitas.

Berpikir tentang realitas memerlukan fakta yang terindra. Karena itu, unsur berpikir yang kedua ialah indera. Yang dimaksud dengan fakta yang terindra ialah fakta yang dapat diindra, baik langsung ataupun tidak langsung. Peralatan sebenarnya merupakan perpanjangan indera manusia, seperti kaca pembesar atau instrumen lainnya. Kesimpulan tentang fakta sebagai hasil dari proses berpikir disimpan dalam benak. Karena itu, benak/otak manusia (*ad-dimag*) merupakan salah satu unsur penting dalam proses berpikir.

Unsur lain yang paling penting dalam berpikir ialah adanya informasi yang sudah dimiliki (*ma'lumat sabiqah*). Informasi dapat berasal dari lingkungan sosial, budaya, keyakinan, kepercayaan, ideologi, agama, termasuk keyakinan tentang tidak adanya Tuhan (*athesis*). Berpikir atau sebut saja berpikir rasional atau metode '*aqliyyah*', merupakan proses pengkajian untuk mengetahui realitas sebagai obyek kajian dengan cara mentransfer fakta ke otak melalui indera, disertai dengan adanya sejumlah informasi pendahulu yang sudah dimiliki (*ma'lumat sabiqah*) yang akan digunakan untuk menafsirkan/menilai fakta yang ada. Penilaian ini, menurut Taqyuddin an-Nabhani, pada hakikatnya merupakan pemikiran (*fikr*) atau kesadaran rasional (*al-idrak al-'aqli*). Karena itu, berpikir merupakan proses yang melibatkan: (1) fakta/realitas; (2) indera; (3) otak; dan (4) informasi yang dimiliki. Dengan proses berpikir ini akan terbentuklah sebuah kesadaran. Apa yang disebut 'teori ilmiah' pada hakikatnya merupakan kesadaran seseorang terhadap realitas. Dengan sendirinya 'teori' itu sarat nilai, baik nilai yang berasal dari agama (wahyu), ideologi maupun lingkungan social-budaya tertentu. Dalam konteks ini, an-Nabhani mempertanyakan obyektivitas teori-teori ilmiah yang tidak bersifat fisik dan eksperimen yang melakukan kontrol variabel.

Pendapat MM Ismail tampak memperkuat pandangan Taqyuddin an-Nabhani. Ismail menyatakan:

Pola pikir rasional adalah suatu metode pengkajian yang dilakukan agar seseorang sampai pada tahap mengetahui hakikat sesuatu yang sedang dikaji, melalui indera yang menyerap obyek. Proses penyerapan itu dilakukan melalui panca indera menuju ke otak, dibantu oleh pengetahuan/informasi sebelumnya yang akan menafsirkan dan memberikan sikap atas fakta tersebut. Keputusan tersebut dinamakan pemikiran atau ide, yaitu pemahaman yang diperoleh akal secara langsung. Metode ini mencakup pengkajian obyek yang dapat diindera

maupun yang abstrak yang berkaitan dengan pemikiran.

MM Ismail yang sejalan dengan Taqyuddin an-Nabhani menegaskan, berpikir rasional pada intinya merupakan proses interaksi yang melibatkan: fakta empiris, otak, indera dan pengetahuan atau informasi yang dimiliki. Berpikir dalam perspektif pola pikir rasional (*metode 'aqliyyah*) merupakan proses transformasi fakta empiris ke otak, dilanjutkan dengan interpretasi/penilaian atas fakta tersebut berdasarkan informasi yang ada, yang akhirnya melahirkan sikap terhadap fakta tersebut.

Dari sini sesungguhnya berpikir berarti penyerapan fakta yang terindra ke dalam benak berdasarkan informasi yang sudah dimiliki. Dengan kata lain, berpikir pada intinya merupakan rekonstruksi terhadap realitas berdasarkan perspektif tertentu yang terkait dengan informasi yang dimiliki. Kesimpulan tentang realitas dengan sendirinya berada dalam sudut pandang tertentu. Ketentuan ini tidak hanya berlaku bagi Islam secara normatif, tetapi bersifat umum bagi setiap proses berpikir. Setiap teori yang merupakan hasil pemikiran dengan sendirinya mengandung unsur-unsur keyakinan perumusannya, baik pemikiran Islam, atheis, atau keyakinan lainnya.

Informasi yang dimiliki merupakan faktor bagi keragaman mode berpikir dan ini merupakan sudut pandang dalam memahami realitas. Manusia dapat merekonstruksi realitas berdasarkan sudut pandang tersebut. Realitas yang sama dapat dipahami secara berbeda, bergantung pada sudut pandang tersebut. Mengacu pada pandangan Thomas Kuhn, berdasarkan informasi yang dimiliki, manusia memiliki mode of thought atau mode of inquiry. Menurut Kuhn, seseorang merekonstruksi realitas sosial berdasarkan *mode of thought* atau mode inquiry

sehingga menghasilkan mode of knowing. Terkait dengan pembahasan sebelumnya, cara berpikir merupakan paradigma untuk menghasilkan pengetahuan (*knowledge*). Realitas yang sama bisa menghasilkan kesimpulan dan teori yang berbeda hanya karena perbedaan paradigam saat memahaminya.

Secara faktual seseorang tidak mudah memahami realitas. Bahkan terdapat kecenderungan, pemahaman seseorang terhadap realitas sering didasarkan pada pemahaman orang lain atau melalui media tertentu. Bahkan dalam ilmu komunikasi, realitas terbagi menjadi dua bagian: realitas media dan realitas yang sesungguhnya. Realitas media ialah realitas yang disajikan oleh media massa melalui proses pemilihan yang tidak lepas dari perspektif tertentu. Pemahaman terhadap realitas menurut media massa masih masuk kategori berpikir, walaupun seseorang yang berusaha memahaminya perlu mengkritisi setiap fakta yang disajikan media. Pemahaman terhadap realitas menurut pemahaman orang lain, atau mengikuti proses berpikir yang dilakukan orang lain, masih termasuk kategori berpikir rasional, walaupun tentu saja kualitas berpikirnya masih rendah.

Berpikir berada dalam tatanan filosofis, mendasar dan menyeluruh. Berpikir tidak mengenal adanya spesialisasi. Berpikir akan mengantarkan seseorang pada penemuan berbagai teori. Dalam konteks ini, ilustrasi Will Durant dapat menjadi acuan. Berpikir bagaikan pasukan marinir yang berusaha merebut pantai untuk pendaratan pasukan infantri. Pasukan infantri ialah pengetahuan, baik pada tataran *knowledge* maupun sains. Artinya, berfikir merupakan proses untuk menghasilkan berbagai teori ilmiah yang berimplikasi bagi pemecahan persoalan umat manusia.

Demikian pula, tidak ada batasan obyek berpikir. Seseorang dapat berpikir tentang fenomena alam, fenomena sosial, fenomena ekonomi, dan lain sebagainya. Yang penting, berpikir harus dilakukan terhadap fakta yang bersifat empiris. Isac Newton (1642-1627) mengamati berbagai fenomena alam, yang ditulis dalam sebuah buku yang berjudul, *Philoshpopiae Naturalis Principia Mathematica* (1686). Belakangan orang mengenal Newton sebagai ahli fisika, bahkan sebagai peletak dasar teori-teori fisika. Adam Smith (1723-1790) melakukan pengamatan terhadap masalah-masalah etika, ekonomi dan sosial. Ia menuliskan hasil pengamatannya dalam buku *The Welth of Nation* (1776). Belakangan orang mengenal Adam Smith sebagai peletak dasar teori-teori ekonomi kapitalis, padahal ia sebagai guru besar filsafat moral.

Demikianlah, proses berpikir telah menghasilkan pengetahuan (*knowledge*). Dengan sendirinya pengetahuan merupakan hasil proses interaksi antara fakta empiris, pengalaman, kepercayaan, ideologi dan/atau budaya tertentu. Manusia memperoleh pengetahuan, menurut Suriasumantri, berdasarkan kemampuannya selaku makhluk yang berpikir, merasa dan mengindera. Di samping itu, manusia memperoleh pengetahuan melalui intuisi dan wahyu.

Wikipedia meyebutkan, antara pengetahuan (*knowledge*) dan kepercayaan (*belief*) memiliki hubungan yang sangat erat, walaupun pengetahuan berbeda dengan kepercayaan dan opini. Dalam pengetahuan terdapat unsur kebenaran dan kepercayaan bahwa hal itu benar. "*Knowledge is both true and believed to be true,*" (Pengetahuan adalah kebenaran dan kepercayaan bahwa itu benar), demikian Wikipedia. Menurut pandangan Edwards pengetahuan adalah kepercayaan yang benar. Sementara itu,

menurut Sidi Gazalba, pengetahuan ialah semua milik atau isi pikiran. Dengan kata lain, pengetahuan merupakan hasil dari proses berpikir yang berinteraksi dengan kepercayaan dan opini.

Sejalan dengan beberapa pernyataan tersebut, seseorang memperoleh pengetahuan menurut Charles Peirce seperti dikutip Kerlinger sering dengan cara keteguhan/kegigihan (*method of tenacity*). Artinya, seseorang menganggap pengetahuan itu benar karena ia sudah lama menganggap bahwa hal itu benar, dan ia memegang teguh kebenaran tersebut. Anggapan masyarakat bahwa hal itu benar semakin meningkatkan 'validitas' kebenaran tersebut. Bahkan dengan sangat ekstrem, Peirce mengemukakan, orang sering bersandar pada kepercayaannya dalam menghadapi fakta yang jelas-jelas berlawanan; dan mungkin seseorang menyimpulkan pengetahuan baru berdasarkan proposisi yang keliru.

Peirce mengakui bahwa 'metode keteguhan' cenderung ditinggalkan untuk memperoleh pengetahuan yang lebih obyektif. Namun, ia mengakui bahwa adanya unsur keyakinan dalam pengetahuan tidak terhindarkan. Selain itu, lanjut Peirce, pengetahuan tidak terlepas dari otoritas dan kewenangan. Orang akan lebih percaya pada pernyataan-pernyataan teoretis yang dikemukakan oleh pihak-pihak yang memiliki otoritas. Dalam kenyataan, lanjut Peirce, kehidupan tidak akan dapat berjalan tanpa cara kewenangan dalam mengukuhkan pengetahuan yang dianggap benar.

Peirce selanjutnya mengemukakan cara lain untuk memperoleh pengetahuan, yakni: intuisi. Seseorang memperoleh pengetahuan melalui nalar atau proses berpikir, dan tidak harus selaras dengan pengalaman. Melalui pergaulan dan

komunikasi, orang dapat mencapai kebenaran karena ia memiliki kecenderungan alami ke arah kebenaran. Karena itu, Kerlinger yang mengutip Peirce menegaskan, tidak menutup kemungkinan adanya pengetahuan teoretis yang berbeda sebagai hasil dari perbedaan penalaran yang dilakukan oleh orang yang berbeda.

Proses berpikir berusaha untuk mencapai kesimpulan dalam bentuk knowledge. Menurut MM Ismail, kesimpulan dari proses berpikir sering terkait dengan ada atau tidak adanya sesuatu, dan hal ini bersifat pasti; tidak mungkin mengandung faktor kesalahan. Alat indera manusia tidak mungkin salah dalam menentukan eksistensi (keberadaan) sesuatu yang bersifat nyata. Kesalahan yang mungkin terjadi dalam proses berpikir hanyalah dalam menentukan esensi (hakikat) sesuatu akibat 'kesalahan' penginderaan. Misal: fatamorgana sering disangka air; benda lurus dalam wadah berair tampak bengkok. Namun, 'kesalahan' dalam mengindera esensi fakta-fakta ini tidak menafikan kebenaran tentang eksistensi-nya. Fatamorgana tersebut tetaplah bisa dipastikan keberadaannya. Demikian pula benda lurus yang dimasukkan ke dalam wadah berair. Dengan demikian, kesimpulan tentang eksistensi sesuatu pada dasarnya bersifat pasti. Siapapun yang mengamati realitas yang ada akan sampai pada kesimpulan tentang eksistensi (keberadaan) sang Pencipta, Allah SWT. Ini bersifat pasti. Memahami Allah SWT dengan menggunakan metode 'aqliyyah akan menghasilkan kesimpulan yang pasti tentang keberadaan-Nya; keberadaan-Nya tidak mungkin salah.

Apabila kesimpulan dari proses berpikir, lanjut MM Ismail, berkaitan dengan esensi (hakikat), fenomena atau sifat sesuatu, maka kesimpulan tersebut tidak bersifat pasti dan mengandung kemungkinan terjadinya kesalahan. Sebab, kesimpulan tersebut

diambil berdasarkan informasi yang diperoleh atau interpretasi terhadap fakta yang terindra melalui informasi yang telah ada, namun informasi tersebut mungkin mengandung unsur kesalahan. Hanya saja, hasil pemikiran tersebut dianggap benar sampai terbukti kesalahannya. Jika terbukti salah, maka sejak saat itu kesimpulan dianggap salah, peneliti menggunakan kesimpulan baru yang lebih sah.

Dengan demikian, knowledge sebagai kesimpulan dari proses berpikir bersifat relatif, memungkinkan di dalamnya terjadi kesalahan. Relativitas yang dimaksud bersifat kontinum, yakni suatu garis yang tidak memiliki batasan yang tegas. Pada titik terendah, ketidakpastian cenderung lebih tinggi sehingga probabilitas error cukup besar; sedangkan pada titik lain, kepastian yang lebih menonjol, bahkan tidak mungkin terjadinya kesalahan. Demikian juga kesimpulan tersebut dipengaruhi oleh keyakinan atau agama yang tidak sesuai dengan Islam.

Pemahaman terhadap hakikat atau makna yang terkandung dalam ayat al-Quran dapat ditempatkan dalam perspektif ini. Memahami ayat-ayat yang bersifat zhanny memungkinkan terjadinya kesalahan. Jika seseorang berijtihad dan benar, maka ia memperoleh dua pahala, yakni pahala benar dan pahala ijtihad. Jika seseorang berijtihad dan salah, maka ia memperoleh satu pahala, yakni pahala ijtihad. Sebaliknya, pemahaman terhadap ayat yang qath'i ats-tsubut bersifat pasti, tidak mungkin salah. Kewajiban salat, zakat, puasa dan menurut aurat serta batasan aurat masuk kategori terakhir.

Demikianlah pengetahuan merupakan hasil dari proses berpikir yang sarat dengan nilai. Pengetahuan merupakan produk dari konteksnya. Mulyanto menjelaskan bahwa ilmu merupakan

produk dari konteks sosio-kultural dan kepercayaan. Jika lingkungan atau keyakinan umum bersifat ateis, maka pengetahuan atau ilmu pengetahuan yang dihasilkan bersifat materialis. Jika ilmu dihasilkan dari proses berpikir yang sarat dengan nuansa akidah, maka ilmu (knowledge) akan sarat dengan nilai-nilai keimanan. Karena itu, dalam konteks ini Mulyanto mengingatkan perlunya mengkritisi konteks kelahiran ilmu. Teori-teori fisika mengenai kekebalan energy yang meyakini materi sebagai sesuatu yang kekal dan menolak proses penciptaan lahir dalam konteks masyarakat ateis. Walhasil, teori-teori ilmiah dalam konteks ini ternyata tidak lepas dari nilai yang menjadi keyakinan seseorang pada saat perumusan teori; dan keyakinan tersebut seringkali bertolak belakang dengan Islam.

Dalam konteks ini gagasan Islamisasi sains sangat relevan dan diperlukan, dengan melakukan langkah-langkah untuk mengoreksi atau mengganti teori-teori yang bertentangan dengan Islam. Islam ada memberikan panduan bagaimana kita memelihara dan memelihara hati agar sentiasa bersih agar kita dapat melihat, berfikir dan menilai hakikat didalam realita. Berikut adalah ayat-ayat didalam Al-Quran yang menuntut kita supaya berfikir.

اللَّهُ يَتَوَفَّى الْأَنْفُسَ حِينَ مَوْتِهَا وَالَّتِي لَمْ تَمُتْ فِي مَنَامِهَا ۖ فَيُمْسِكُ الَّتِي قَضَىٰ عَلَيْهَا الْمَوْتَ وَيُرْسِلُ الْأُخْرَىٰ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى ۚ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: "Allah memegang jiwa (orang) ketika matinya dan (memegang) jiwa (orang) yang belum mati di waktu tidurnya; maka Dia tahanlah jiwa (orang) yang telah Dia tetapkan kematiannya dan Dia melepaskan jiwa yang lain sampai waktu yang ditetapkan. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda kekuasaan Allah bagi kaum yang berfikir". (QS. Az-Zumar: 42)

بَسَّأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۚ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ
الآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: “Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: “Yang lebih dari keperluan”. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir. (QS. Al-Baqarah: 219)

وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُتَجَاوِرَاتٌ وَجَنَّاتٌ مِنْ أَعْنَابٍ وَزَرْعٌ وَنَخِيلٌ صِنَوَانٌ
وَعَيْرٌ صِنَوَانٌ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفِضَ لِبَعْضِهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأَكْلِ ۚ إِنَّ فِي
ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya: “Dan di bumi ini terdapat bagian-bagian yang berdampingan, dan kebun-kebun anggur, tanaman-tanaman dan pohon korma yang bercabang dan yang tidak bercabang, disirami dengan air yang sama. Kami melebihkan sebahagian tanam-tanaman itu atas sebahagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir. (QS. Ar-Ra’d: 4)

لَوْ أَنزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَى جَبَلٍ لَرَأَيْتَهُ خَاشِعًا مُتَصَدِّعًا مِنْ خَشْيَةِ اللَّهِ ۚ
وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ لِنَضْرِبُهَا

لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Kalau sekiranya kami turunkan Al Qur’an ini kepada sebuah gunung, pasti kamu akan melihatnya tunduk terpecah belah di sebabkan ketakutannya kepada Allah. Dan perumpamaan perumpamaan itu kami buat untuk manusia supaya mereka berfikir”. (QS. Al-Hashr:21)

وَهُمْ يَصْطَرِحُونَ فِيهَا رَبَّنَا أَخْرِجْنَا نَعْمَلْ صَالِحًا غَيْرَ الَّذِي كُنَّا نَعْمَلُ ۗ أَوَلَمْ نُعَمِّرْكُم مَّا يَتَذَكَّرُ فِيهِ مَن تَذَكَّرَ وَجَاءَكُمُ النَّذِيرُ فَذُوقُوا فَمَا لِلظَّالِمِينَ مِن نَّصِيرٍ

Artinya: Dan mereka berteriak di dalam neraka itu: “Ya Tuhan kami, keluarkanlah kami niscaya kami akan mengerjakan amal yang saleh berlainan dengan yang telah kami kerjakan”. Dan apakah Kami tidak memanjangkan umurmu dalam masa yang cukup untuk berfikir bagi orang yang mau berfikir, dan (apakah tidak) datang kepada kamu pemberi peringatan ? maka rasakanlah (azab Kami) dan tidak ada bagi orang-orang yang zalim seorang penolongpun. (QS. Fathir: 37)

إِنَّمَا مِثْلُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَا أَهْرَأْنَا مِنْ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ مِمَّا يَأْكُلُ النَّاسُ وَالْأَنْعَامُ حَتَّى إِذَا أَخَذَتِ الْأَرْضُ زُخْرُفَهَا وَارْتَبَتْ وَظَنَّ أَهْلُهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا أَتَاهَا أَمْرُنَا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَن لَّمْ تَغْنَبِ بِالْأَمْسِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Sesungguhnya perumpamaan kehidupan duniawi itu, adalah seperti air (hujan) yang Kami turunkan dan langit, lalu tumbuhlah dengan suburinya karena air itu tanam- tanaman bumi, di antaranya ada yang dimakan manusia dan binatang ternak. Hingga apabila bumi itu telah sempurna keindahannya, dan memakai (pula) perhiasannya, dan pemilik- permliknya mengira bahwa mereka pasti menguasasinya, tiba-tiba datanglah kepadanya azab Kami di waktu malam atau siang, lalu Kami jadikan (tanam-tanamannya) laksana tanam-tanaman yang sudah disabit, seakan- akan belum pernah tumbuh kemarin. Demikianlah Kami menjelaskan tanda-tanda kekuasaan (Kami) kepada orang-orang berfikir”. (QS. Surah Yunus: 24)

وَلَوْ شِئْنَا لَرَفَعْنَاهُ بِهَا وَلَكِنَّهُ أَخْلَدَ إِلَى الْأَرْضِ وَاتَّبَعَ هَوَاهُ ۗ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ الْكَلْبِ إِن تَحْمِلْ عَلَيْهِ يَلْهَثْ أَوْ تَتْرُكْهُ يَلْهَثْ ۗ ذَلِكَ مِثْلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا ۗ فَاقْصُصِ الْقَصَصَ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Dan kalau Kami menghendaki, sesungguhnya Kami tinggikan (derajat)nya dengan ayat-ayat itu, tetapi dia cenderung kepada dunia dan menurutkan hawa nafsunya yang rendah, maka perumpamaannya seperti anjing jika kamu menghalaunya diulurkannya lidahnya dan jika kamu membiarkannya dia mengulurkan lidahnya (juga). Demikian itulah perumpamaan orang-orang yang mendustakan ayat-ayat Kami. Maka ceritakanlah (kepada mereka) kisah-kisah itu agar mereka berfikir”. (QS. Al-A’raf: 176)

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Dan Dia telah menundukan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) dari padanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir”. (QS. Al-Jasiyah: 13)

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Dan di antara ayat-ayat-Nya ialah Dia menciptakan untukmu istri-istri dari jenismu sendiri, supaya kamu merasa nyaman kepadanya, dan dijadikan-Nya di antaramu mawadah dan rahmah. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir” (QS. Ar-Rum: 21)

هُدًى وَذِكْرَى لَأُولِي الْأَلْبَابِ

Artinya: «Untuk menjadi petunjuk dan peringatan bagi orang-orang yang berfikir.» (QS. Ghafir: 54)

Sistem komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berfikir. Dalam pandangan Islam adalah

komunikasi kepada diri sendiri melalui pendekatan komunikasi intrapersonal yang mengatur sensasi, persepsi, memori dan cara berfikir dalam bingkai Islam. Adapun tanda bahwa komunikasi intrapersonal dalam bingkai Islam ini berhasil adalah manusia dapat mememanajemen keseimbangan antara dimensi struktur manusia, yaitu jasmani, akal, ruh, nafs, kalbu, nurani, dan syahwat, nafs kalbu, nurani, dan syahwat sehingga jika hal tersebut terjadi bisajadi lembaga pengawasan, polisi, jaksa, dan hakim menganggur. Pekerjaan dalam hal sesuai dengan prosedur peraturannya. Masyarakat demikian disebut masyarakat madani dan pasti demokrasi.

Faktor pribadi mempengaruhi sensasi menurut Islam, pancaindera fisik dan pancaindra batin. Menurut Ibnu Sina dalam Mulyadi Kartanegara, mengenai pancaindera batin yang terdiri dari pancaindra bersama, daya khayal, estimasi baik-buruk, imajinasi dan memori untuk menerima, memahami dan mengingat stimulasi. Akal adalah untuk berpikir dan mengembangkan rasio dan nurani di otak, ditegas dalam al-qur'an, Allah SWT berfirman:

أَفَلَمْ يَنْظُرُوا إِلَى السَّمَاءِ فَوْقَهُمْ كَيْفَ بَنَيْنَاهَا وَزَيَّنَّاهَا وَمَا لَهَا مِنْ فُرُوجٍ

Artinya: "Maka apakah mereka tidak melihat akan langit yang ada di atas mereka, bagaimana Kami meninggikannya dan menghiasinya dan langit itu tidak mempunyai retak-retak sedikitpun?" (QS. Qaf: 6)

Menurut Ibnu Katsir, dalam tafsirnya, ayat ini menunjukkan bahwa Alla SWT seraya mengingatkan hamba-hamba-Nya tentang kekuasaan-Nya yang agung, lebih besar dari apa yang mereka herankan itu, yang mereka nyatakan sebagai peristiwa yang mustahil terjadi, melaluipancaindra yang diciptakan; oleh karena itu penting bagi manusia memelihara sistem tubuhnya

agar mereka berjalan sesuai dengan jalan Islam dan tetap beriman kepada Allah SWT semata-matanya.

Manusia mampu memfungsikan pancainderanya. Mata dan pancaindra lainnya adalah pintu menguasai alam semesta atau pintu manusia di kuasai oleh hawa nafsu. Dalam al-qur'an banyak menyebutkan tentang sensasi atau pancaindradalam ruang lingkup utama seperti memelihara, mengembang, menanggung jawab dan menjadi alat menyaksikan, hal ini dijelaskan sebagai berikut:

1) Memelihara Panca indera

Manusia harus mampu melihara dan menyeliksi pandangan matanya dan indra yang lain serta anggota didalam tubuh kita. Allah SWT berfirman dalam Al-qur'an:

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَعْضُوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ

Artinya: "Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman: «Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat». (An-Nuur: 30).

Menurut Ibnu katsir dalam tafsirnya, ayat ini merupakan perintah Allah SWT kepada hamba-hambaNya yang beriman agar mereka menahan, memelihara pancaindra, khususnya pandangan mata dan kemaluan dari perkara-perkara yang haram dilihat. Maka disini pandangan jangan melihat kecuali kepada hal-hal yang dibolehkan untuk dilihat dan harus menjaga, menahan, memelihara pandangan dari perkara-perkara yang haram dilihat, supaya menghindari perbuatan dosa besar yang akan dominan dengan sebab pandangan yang haram (Tafsir Ibnu Katsir, 2004: 506).

2) Mengembangkan Potensi Panca indera

Memanfaatkan pancaindra secara optimal, manusia dapat berhitung, membaca, mendengar dengan cepat dan cermat, dapat mencium wewangian, meraba kain yang halus dan lembut. Para ibu mampu memilih sayur yang segar, buah yang organik, daging, dan tahu yang tidak memakai formalin. Banyak keterampilan dalam menyeleksi sandang pangan yang berkualitas yang membutuhkan kemampuan pancaindra, seperti membedakan gula asli dan gula biang dalam makanan. Allah SWT berfirman:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ
وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: "Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur". (An-Nahl : 78)

Manusia yang bersyukur akan menuntut ilmu dunia untuk mendukung kebahagiaan akhirat. Pancaindranya digunakan untuk menciptakan berbagai karya dan kreasi. Menurut Ibnu Katsir dalam tafsirnya, Allah SWT menyebutkan berbagai anugerah yang Dia limpahkan kepada hamba-hamba-Nya ketika mereka dikeluarkan dari perut ibunya dalam keadaan tidak mengetahui apapun. Setelah itu Dialah memberikan pendengaran yang dengannya mereka mengetahui suara, penglihatan yang dengannya mereka dapat melihat berbagai hal, dan hati, yaitu akal yang pusatnya adalah hati, dengan indra yang kurniakan dapat kita membedakan berbagai hal, yang membawa mudharat dan yang membawa manfaat. Semua kekuatan dan indra tersebut diperoleh manusia secara berangsur-angsur. Sedikit demi sedikit. Setiap kali tumbuh, bertambahlah daya pendengaran, penglihatan, persentuhan,

penciuman, dan akal nya sehingga dewasa. Penganugerahan daya tersebut kepada manusia dimaksudkan agar mereka dapat beribadah kepada Tuhan Rabbnya yang Maha Tinggi. Dia dapat meminta kepada setiap anggota tubuh, begitulah yang dimaksud orang yang bersyukur (Tafsir Ibnu Katsir. 2004: 88)

3) Melihat Tanda-tanda kebesaran Allah

Hal ini sebagaimana terdapat dalam QS. Al Fushilat ayat 53:

سُرِّيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ ۗ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ أَنَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ

Artinya: "Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) Kami di segala wilayah bumi dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa Al Quran itu adalah benar. Tiadakah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu?" (QS. Fushilat: 53)

Kemana pun manusia pergi, berada, dan diam, mereka bisa membaca kekuasaan Allah SWT. Terlebih apabila terjadi gangguan atau kerusakan pada anggota tubuh atau pancaindra kita, misalnya, telinga terus berair, hidung tersumbat, mata mengalami iritasi, dan sebagainya, pasti manusia tersebut akan merasakan betapa pentingnya pancaindra bagi manusia, dalam ayat diatas menunjukkan pentingnya bagi manusia memelihara sistem tubuhnya agar merekaberjalan sesuai fungsi dalam Islam, dan menjadi wasilah untuk Tafakur sendiri atau refleksi alam, sebagai tanda-tanda kebesaran Tuhan yang MahaPerkasa

4) Panca Indera Memperhatikan Alam Semesta

Sebagaimana firman Allah swt:

كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya: "Ini adalah sebuah kitab yang Kami turunkan kepadamu penuh dengan berkah supaya mereka memperhatikan ayat-ayatnya dan supaya mendapat pelajaran orang-orang yang mempunyai pikiran". (QS. Shad: 29)

Pesan dalam ayat diatas, menurut Armawati (2012: 90) bahwa manusia menggunakan pancaindranya dalam memperhatikan ayat-ayat Allah agar mereka menjadi manusia yang berfikir (ulil albab). Ibnu Katsir mengatakan bahwa dikarenakan al-qur'an memberikan arahan kepada tujuan-tujuan yang benar dan sumber-sumber rasional yang tepat, maka pancainderalah menjadi alat sarana pesan-pesan al-qur'an, supaya mendapat pelajarandidalamnya (Tafsir Ibnu Katsir, 2004: 65).

5) Panca Indera Sebagai Saksi di Hari Kiamat

Firman Allah:

الْيَوْمَ نَخْتِمُ عَلَىٰ أَفْوَاهِهِمْ وَتُكَلِّمُنَا أَيْدِيهِمْ وَتَشْهَدُ أَرْجُلُهُمْ بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Artinya: "Pada hari ini Kami tutup mulut mereka; dan berkatalah kepada Kami tangan mereka dan memberi kesaksianlah kaki mereka terhadap apa yang dahulu mereka usahakan." (QS. Yasiin: 65)

Pesan dari ayat di atas menunjukkan bahwa betapa pentingnya peran pancaindra dalam mengarahkan perilaku manusia di dunia yang fana, seorang muslim haruslah menjaga, memelihara, dan menahan pancaindera mereka dari perbuatan yang keji, jika tidak akan semua anggota badan menjadi saksi dan bicara tentang apa yang sudah kita perbuat di dunia. Pada hari perhitungan atau hari akhirat kelak semua anggota badan berbicara kecuali lisan pada hari itu Allah akan menutup lisan-lisan kita, karena lisan adalah sumber-sumber kebohongan (Tafsir Ibnu Katsir, 2004: 23).

6) Pertanggungjawaban Panca Indera Manusia

Allah swt berfirman:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ
كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: "Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya." (QS. Al-Isra': 36)

Dalam tafsir Al-Misbah, M. Quraish Shihab menjelaskan ayat di atas; bahwa jangan berucap apa yang engkau tidak ketahui, jangan mengaku tahu, apa yang engkau tidak tahu, atau mengaku mendengar apa yang engkau tidak dengar. Nikmat pendengaran, nikmat penglihatan, dan nikmat hati yang tenang akan dinyatakan pertanggungjawabannya. Manusia memperoleh informasi dan pengetahuan dari ketiga alat tersebut. Semoga dimanfaatkan pendengaran, penglihatan, dan hati seoptimal mungkin dalam mengembangkan potensinya (Tafsir Al-Misbah, 2002:464).

D. Tes Formatif

1. Jelaskan tentang konsep sensasi dalam perspektif Islam !
2. Jelaskan tentang persepsi dalam komunikasi intrapersonal dan bagaimana tinjauan Islam tentang hal itu?
3. Jelaskan tentang memori dalam konsep islam?
4. Jelaskan proses berfikir sesuai perspektif Islam !

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian gunakan rumusan berikut ini :

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|---------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 4

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

A. Deskripsi Singkat

Bab ini membahas tentang komunikasi interpersonal, yakni komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih (secara diadik). Konsep komunikasi interpersonal yang terdiri dari persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal juga telah banyak dibahas dalam Al-Qur'an maupun hadits. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang persepsi interpersonal
2. Penjelasan tentang konsep diri
3. Penjelasan tentang atraksi interpersonal
4. Penjelasan tentang hubungan interpersonal

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab komunikasi interpersonal, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan tentang persepsi interpersonal
2. Mampu menjelaskan tentang konsep diri
3. Mampu menjelaskan tentang atraksi interpersonal
4. Mampu menjelaskan tentang hubungan interpersonal

C. Pembahasan

4.1 Persepsi Interpersonal

Persepsi kita bukan sekedar rekaman peristiwa atau obyek. Pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya menentukan interpretasi kita pada sensasi. Atau dengan kata lain, persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor personal dan situasional. Namun begitu, bila obyek atau peristiwa di dunia luar itu disebut *distal stimuli*, dan persepsi kita tentang stimuli disebut *percept*, maka *percept* tidak selalu sama dengan *distal stimuli*. Proses subyektif yang secara aktif menafsirkan stimuli, oleh Fritz Heider, disebut sebagai *constructive process*, yang meliputi faktor biologis dan sosiopsikologis individu pelaku persepsi.

Dalam perkembangannya, di kalangan psikolog sosial timbul aliran baru yang disebut New Look, yang meneliti pengaruh faktor-faktor sosial pada persepsi individu, bukan saja terjadi pada obyek-obyek mati, tetapi juga pada obyek-obyek sosial. Dari sinilah kemudian timbul istilah persepsi sosial yang didefinisikan sebagai "*the role of socially generated influences on the basic processes of perception*". Dalam perkembangan selanjutnya fokus penelitian aliran ini tidak lagi terbatas pada faktor-faktor sosial yang mempengaruhi persepsi, tetapi juga pada obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa sosial. Aliran ini tidak lagi meneliti bagaimana tanggapan seseorang pada titik, balok, dan lain sebagainya tapi aliran ini mempelajari bagaimana tanggapan seseorang pada pasangannya, pada rekan kerja, dan lain sebagainya serta bagaimana mengambil kesimpulan tentang karakteristik orang lain atau bagaimana menjelaskan mengapa seseorang itu bunuh diri. Persepsi sosial kini memperoleh konotasi baru sebagai proses

memperepsi obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa sosial. Istilah persepsi interpersonal digunakan sebagai penegasan bahwa obyek persepsi di sini adalah manusia, bukan benda. Persepsi pada obyek selain manusia disebut persepsi obyek.

Ada beberapa perbedaan antara persepsi obyek dengan persepsi interpersonal, yaitu :

a. Persepsi obyek :

Stimuli ditangkap oleh alat indera melalui benda-benda fisik : gelombang, cahaya, gelombang suara, temperatur dan lain sebagainya. Bila kita menanggapi obyek, kita hanya menanggapi sifat-sifat luar obyek itu, kita tidak meneliti sifat-sifat batiniah obyek tersebut. Ketika kita mempersepsi obyek, obyek tidak bereaksi kepada kita, kitapun tidak memberikan reaksi emosional padanya.

b. Persepsi interpersonal :

Stimuli sampai kepada kita melalui lambang-lambang verbal atau grafis yang disampaikan pihak ketiga. Adanya pihak ketiga yang menjadi mediasi stimuli, mengurangi kecermatan persepsi kita. Dalam menanggapi sebuah obyek, kita mencoba memahami apa yang tidak tampak pada alat indera kita. Kita tidak hanya melihat perilakunya, kita juga melihat mengapa ia berperilaku seperti itu. Kita mencoba memahami bukan saja tindakan, tetapi juga motif tindakan itu. Ketika kita mempersepsi obyek, faktor-faktor personal kita dan karakteristik orang yang ditanggapi, serta hubungan kita dengan orang tersebut, menyebabkan persepsi interpersonal sangat cenderung untuk keliru.

Dari hal-hal tersebut dapat dilihat bahwa dalam persepsi interpersonal, stimuli kita menjadi sangat kompleks, kita tidak akan mampu menangkap seluruh sifat orang lain dan

berbagai dimensi perilakunya. Kita cenderung memilih stimuli tertentu saja. Hal ini jelas membuat persepsi interpersonal lebih sulit dibandingkan persepsi obyek. Betapapun sulitnya kita mempersepsi orang lain, kita akan berhasil juga memahami orang lain tersebut. Buktinya, kita masih dapat bergaul dengan mereka, masih dapat berkomunikasi dengan mereka, dan masih dapat menduga perilaku mereka. Kita dapat menduga karakteristik orang lain tersebut dari petunjuk-petunjuk eksternal yang dapat diamati. Petunjuk-petunjuk itu adalah deskripsi verbal dari pihak ketiga, serta petunjuk proksemik, kinesik, wajah, paralinguistik, dan artifaktual yang disebut sebagai petunjuk non verbal. Semua petunjuk eksternal yang dapat diamati tersebut disebut faktor-faktor situasional.

4.2 Konsep Diri

Tabel 4.2.

Pengertian Konsep Diri Menurut Para Ahli

| Nama Ahli | Definisi Konsep Diri |
|-------------------------|--|
| Stuart & Sundeen (2005) | Konsep diri adalah semua pikiran, keyakinan dan kepercayaan yang merupakan pengetahuan individu tentang dirinya dan mempengaruhi hubungan dengan orang lain. |
| Keliat (2005) | Konsep diri adalah cara individu memandang dirinya secara utuh, fisikal, emosional, intelektual, sosial dan spiritual. |

| | |
|--------------------------|---|
| Potter & Perry (2005) | Konsep diri adalah citra subjektif dari diri dan pencampuran yang kompleks dari perasaan, sikap dan persepsi bawah sadar maupun sadar. Konsep diri memberi kita kerangka acuan yang mempengaruhi manajemen kita terhadap situasi dan hubungan kita dengan orang lain. |
| Burns | Konsep diri adalah hubungan antara sikap dan keyakinan tentang diri kita sendiri. |
| Cawagas | Konsep diri mencakup seluruh pandangan individu akan dimensi fisik, karakteristik pribadi, motivasi, kelemahan, kepandaian, kegagalan dan lain sebagainya. |
| Rini (2004:1) | Konsep diri adalah keyakinan, pandangan/penilaian seseorang terhadap dirinya. |

Sumber: dokumen peneliti (disarikan dari beberapa sumber)

Dari beberapa definisi konsep diri tersebut dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan pandangan dan keyakinan seseorang terhadap dirinya sendiri.

Jenis-Jenis Konsep Diri

Adapun macam-macam jenis konsep diri, diantaranya:

a. Konsep Diri Positif

Jenis konsep diri ini, baik jika di miliki oleh seorang individu karena memiliki:

- 1) Merasa setara dengan orang lain
- 2) Yakin dapat mengatasi segala macam masalah
- 3) Bisa menerima pujian tanpa rasa malu
- 4) Bisa menyadari bahwa setiap orang memiliki perasaan, keinginan, serta perilaku yang tidak semuanya dapat

disetujui oleh anggota masyarakat.

- 5) Bisa memperbaiki dirinya sendiri. Maksudnya dia mampu untuk mengungkapkan tentang aspek kepribadian yang tidak disukainya dan akan berusaha untuk dapat mengubahnya.

b. Konsep Diri Negatif

Berikut ini beberapa hal yang di miliki oleh seseorang yang memiliki jenis konsep diri negatif, diantaranya yaitu:

- 1) Sangat rerponsif akan pujian
- 2) Peka terhadap kritikan.
- 3) Lebih bersikap hiperkritis.
- 4) Merasa tidak di sukai oleh orang lain.
- 5) Memiliki sikap pesimis disetiap kompetisi.

Komponen Konsep Diri

Komponen konsep diri diantaranya yaitu:

a. Citra Tubuh (*Body Image*)

Body Image (citra tubuh) merupakan sikap individu terhadap dirinya baik disadari maupun tidak disadari mencakup persepsi masa lalu atau sekarang mengenai ukuran dan dinamis karena secara konstan berubah seiring dengan persepsi dan pengalaman baru.

b. Ideal Diri

Ideal diri adalah persepsi individu tentang bagaimana ia seharusnya bertingkah laku berdasarkan standar pribadi. Pembentukan ideal diri dimulai pada masa anak-anak dipengaruhi oleh orang yang dekat dengan dirinya yang memberikan harapan atau tuntunan tertentu.

c. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian pribadi terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisis seberapa banyak kesesuaian tingkah laku dengan ideal dirinya. Harga diri dibentuk sejak kecil dari adanya penerimaan dan perhatian. Harga diri akan meningkat sesuai dengan meningkatnya usia.

d. Peran

Peran merupakan serangkaian pola sikap perilaku, nilai dan tujuan yang diharapkan masyarakat dihubungkan dengan fungsi individu di dalam kelompok sosial.

e. Identitas Diri

Identitas diri merupakan kesadaran mengenai diri sendiri yang bisa didapatkan individu dari observasi dan penilaian dirinya, menyadari bahwa individu dirinya berbeda dengan orang lain. Identitas berkembang sejak masa kanak-kanak, bersamaan dengan berkembangnya konsep diri.

Sedangkan Menurut Brian Tracy, konsep diri memiliki tiga bagian atau komponen utama yaitu:

a. *Self Ideal* (Diri Ideal)

Self ideal atau ideal diri terdiri atas harapan, impian, visi dan idaman. Self ideal ini terbentuk dari kebaikan, nilai dan sifat yang paling dikagumi dari diri sendiri maupun orang lain yang dihormati

b. *Self Image* (Citra Diri)

Dengan self image atau citra diri kita akan membayangkan diri kita sendiri dan menentukan bagaimana kita akan bersikap pada suatu situasi

c. *Self Esteem* (Jati Diri)

Jati diri merupakan penilaian bagaimana kita menyukai diri sendiri. Semakin kita menyukai diri sendiri maka kita akan bertindak dalam bidang apapun yang kita tekuni.

Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri

Konsep diri atau *self concept* bukanlah bawaan sejak lahir, melainkan hasil dari proses belajar. Saat manusia mengenal lingkungannya, maka saat itu pula dia belajar berbagai hal mengenai kehidupan. Berdasarkan pengalaman hidupnya, seorang individu akan menetapkan konsep dirinya berdasarkan berbagai faktor. Menurut E.B. Hurlock yang merupakan seorang psikolog, faktor yang mempengaruhi konsep diri tersebut di antaranya yaitu bentuk tubuh, cacat tubuh, pakaian, nama dan julukan, inteligensi kecerdasan, taraf aspirasi/cita-cita, emosi, jenis/gengsi sekolah, status sosial, ekonomi keluarga, teman dan tokoh/orang yang berpengaruh.

Apabila faktor-faktor tersebut cenderung menimbulkan perasaan yang positif seperti bangga atau senang maka akan muncul konsep diri yang positif. Pada masa kanak-kanak seorang individu umumnya cenderung menganggap benar apa saja yang dikatakan oleh orang lain. Apabila seorang anak merasa dia diterima, dihargai dan dicintai maka anak tersebut akan menerima, menghargai dan juga mencintai dirinya (berkonsep diri positif). Dan akan sebaliknya, jika orang yang berpengaruh di sekelilingnya seperti orang tua, guru, orang dewasa, teman dan lain sebagainya ternyata meremehkan, merendahkan, mempermalukan dan menolaknya, maka pengalaman tersebut akan disikapi dengan negatif dan akan memunculkan konsep diri yang negatif.

Konsep Diri dalam Perspektif Islam

Mengapa manusia diciptakan? Ini adalah pertanyaan yang sangat mendasar dalam sebuah pencarian hakikat hidup. Allah SWT telah berfirman:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: "Dan Aku (Allah) tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku". (QS. Adz-Dzariyat: 56)

Di ayat lain, Allah juga berfirman dalam QS.2:30 yang menyebutkan bahwa manusia diciptakan dan diutus ke bumi untuk menjadi khalifah. Sehingga jelas sudah tujuan penciptaan manusia, yakni secara individu manusia sebagai Abdullah(abdi Allah) dan secara sosial sebagai khalifah.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: «Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi». Mereka berkata: «Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?» Tuhan berfirman: «Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui».(QS. AL-Baqarah: 30)

Dari sini tampak sudah bahwa Islam memiliki konsep yang jelas tentang konsep diri (penciptaan) manusia, yakni ada tujuan dibalik setiap penciptaan. Sedangkan konsep falsafah Barat menganut paham eksistensialisme, yakni manusia ada (diciptakan)

kemudian baru manusia itu menentukan sendiri tujuan dia ada. Sehingga mereka menganggap bahwa hidup ini adalah sebuah tragedi, mereka tidak tahu untuk apa mereka diciptakan dan kemana mereka akan pergi, yang bisa mereka lakukan hanyalah membuat asumsi-asumsi dan berharap-harap. Dari sini dapat dilihat jika cara pandangan hidup (*worldview*) adalah sesuatu yang amat penting, karena dari situ akan menentukan arah dan tindakan dalam hidup manusia.

Manusia adalah kesatuan antara jiwa dan raga. Dua-duanya tidak bisa dipisahkan dan dua-duanya memiliki kebutuhan. Sehingga jelas bahwa manusia membutuhkan yang bersifat jasmani seperti makan, tidur, olah raga, dll dan juga membutuhkan asupan ruhani seperti menuntut ilmu, berdzikir, dsb.

Menurut Syed. Naquib Al-Attas, manusia juga terbagi atas dua hal, yakni jiwa akali dan jiwa hewani. Jiwa akali inilah yang akan membawa manusia kepada jalan kebaikan dan keselamatan, sedangkan jiwa hewani inilah yang akan membawa manusia kepada jalan keburukan. Maka, seorang muslim harus berupaya menakhlikkan jiwa hewannya atas jiwa akalinya. Yang dimaksud jiwa akali bukanlah akal/rasional. Tapi mencakup semua hal yang akan membawa manusia kepada fitrah kebenaran. Dalam Al-Quran juga disebutkan:

فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا

Artinya: "Maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya. (QS. Asy-Syams: 8).

Sehingga perlu digaris bawahi jika manusia memiliki unsur jiwa hewani atau unsur fujur dalam penciptaannya. Jika manusia khilaf, maka Allah telah memberikan jalan untuk kembali kepada

fitrahnya, yakni dengan cara taubat yang sesungguhnya. Karena Allah Maha Pengampun, Penyayang dan Maha Penerima Taubat.

Manusia perlu mengenal siapa yang menciptakan-Nyayakni dengan cara mengenal asma dan sifat-sifat-Nya, dengan mengetahui tanda-tanda kekuasaan-Nya. Allah SWT berfirman:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولِي الْأَبْصَارِ

Artinya: "Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal". (QS. Ali Imran:190).

Sehingga dalam ruang dan waktu kita berada, dimanapun kita berada, semua akan tampak secara nyata tanda-tanda kekuasaan Allah, yakni bagi mereka yang memikirkan tentang tanda-tanda kekuasaan tersebut.

Allah telah meberikan Al-Quran sebagai sebaik-baiknya petunjuk dan telah mengutus seorang utusan(Rasulullah SAW) sebagai sebaik-baiknya tauladan. Allah juga telah memberikan sebuah jalan hidup, *the way of life* yakni Islam. Allah berfirman:

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ

Artinya: "Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam". (QS.Ali-Imran:19).

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ
الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
رَحِيمٌ

Artinya: "Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang". (QS. Al-Maidah: 3)

Sehingga lengkaplah sudah, mulai dari pedoman hidup, tauladan hidup hingga sebuah jalan hidup(*the way of life*).

4.3 Atraksi Interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Makin tertarik kita dengan orang lain maka semakin besar kecenderungan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain. Atraksi timbul oleh adanya faktor-faktor baik yang bersifat personal maupun situasional.

Faktor-faktor penyebab timbulnya atraksi

1. Faktor Personal

a. Kesamaan karakteristik personal

Kesamaan karakteristik personal ditandai dengan kesamaan dalam nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat/status sosial ekonomi, agama, ideologi, dan lain-lain. Mereka yang memiliki kesamaan dalam hal-hal tersebut, cenderung menyukai satu sama lain.

b. Tekanan emosional (stres)

Orang yang berada di bawah tekanan emosional, stres, bingung, cemas dan lain-lain akan menginginkan kehadiran orang lain untuk membantunya, sehingga kecenderungan untuk menyukai orang lain semakin besar.

c. Harga diri yang rendah

Orang yang rendah diri cenderung mudah untuk menyuaki orang lain. Orang yang merasa penampilan dirinya kurang menarik akan mudah menerima persahabatan dari orang lain.

d. Isolasi sosial

Sebagai makhluk sosial, manusia mungkin tahan untuk hidup terasing selama beberapa waktu, namun tidak untuk waktu yang lama. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat isolasi sosial sangat besar pengaruhnya terhadap kesukaan kita pada orang lain.

2. Faktor-faktor situasional

a. Daya tarik fisik (*physical attractiveness*)

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa daya tarik fisik seseorang sering menjadi penyebab utama atraksi interpersonal. Mereka yang berpenampilan cantik menarik biasanya lebih mudah mendapat perhatian dan simpati orang.

b. Ganjaran (*reward*)

Pada umumnya seseorang akan menyukai orang yang memberikan ganjaran pada dirinya. Ganjaran bisa berupa bantuan, dorongan moral, pujian atau hal-hal yang meningkatkan harga diri kita.

c. *Familiarity*

Seseorang atau hal-hal yang sudah kita kenal dan akrab dengan kita biasanya lebih disukai daripada hal-hal atau orang yang masih asing bagi kita. Contohnya adalah dengan penerapan teknik *repetisi*/ pengulangandalam iklan agar kita semakin akrab dengan produk yang diiklankan sehingga

akhirnya menyukai produk tersebut.

d. Kedekatan (*proximity*) atau *closeness*

Hubungan kita dengan orang lain tergantung seberapa dekat kita dengan orang tersebut. Sebagai contoh, sejumlah kasus menunjukkan bahwa orang lebih menyukai orang lain yang berdekatan tempat tinggal dengannya.

e. Kemampuan (*competence*)

Terdapat kecenderungan bahwa seseorang lebih menyukai orang lain yang memiliki kemampuan lebih tinggi atau lebih berhasil dalam kehidupannya daripada dirinya.

Dalam teori *Liking*, ada empat teori yang menjelaskan mengapa kita menyukai orang lain:

a. *Reinforcement Theory*

Teori ini menjelaskan bahwa seseorang menyukai dan tidak menyukai orang lain adalah sebagai hasil belajar (*learning*). Dalam hal ini ada tiga unsur learning, yaitu asosiatif, instrumental, dan sosial.

1). Belajar Asosiatif:

kita menyenangi dan tidak menyenangi seseorang berdasarkan pengalaman kita dan stimuli yang kita asosiasikan dengan hal itu. Kita menyukai orang yang kita asosiasikan dengan pengalaman yang menyenangkan.

2). Belajar Instrumental:

Kita menyukai orang yang memberikan imbalan (*reward*) pada kita dan tidak menyukai orang yang memberika hukuman (*punishment*).

3). Belajar Sosial:

Kita cenderung lebih menyukai orang-orang yang kita lihat disukai oleh orang lain atau oleh lingkungan sosial dan sebaliknya.

b. Equity theory

Teori ini mengatakan bahwa individu selalu cenderung menjaga keseimbangan antara apa yang mereka berikan dan apa yang mereka dapatkan, atau antara *cost* dan *reward*. Jika kita berharap banyak dari suatu hubungan maka kita juga harus menyumbang banyak untuk hubungan tersebut.

c. Exchange theory

Menurut teori ini, interaksi sosial adalah semacam transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Semakin banyak keuntungan yang diperoleh maka hubungan tersebut akan terus dilangsungkan.

d. Gain-loss theory

Kita lebih menyukai orang yang menguntungkan kita daripada yang merugikan bagi kita.

Pengaruh Atraksi Interpersonal pada Komunikasi Interpersonal

Daya tarik seseorang sangat penting bagi komunikasi interpersonal. Jika kita menyukai seseorang maka kita cenderung melihat segala sesuatu dari diri orang tersebut dengan positif, sebaliknya jika kita tidak menyukai seseorang maka kita akan melihat segala sesuatu dari orang tersebut secara negatif. Situasi tersebut sangat penting bagi terciptanya komunikasi interpersonal yang efektif, sebab semakin positif sikap kita terhadap lawan bicara kita maka semakin efektif pula kegiatan komunikasi yang kita lakukan dengan orang tersebut.

4.4 Hubungan Interpersonal

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya hubungan interpersonal yang baik. Menurut Anita Taylor dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), komunikasi interpersonal yang efektif meliputi banyak unsur tetapi hubungan interpersonal barangkali yang paling penting. Setiap melakukan komunikasi, kita bukan hanya sekedar menyampaikan isi pesan (*content*), tetapi juga menentukan kadar hubungan interpersonal (*relationship*).

Pandangan bahwa komunikasi mendefinisikan hubungan interpersonal telah dikemukakan oleh Ruesch dan Bateson (1951) pada tahun 1950-an. Gagasan ini dipopulerkan di kalangan komunikasi oleh Waulawuck, Beavin, dan Jackson (1967). Selain itu, para psikolog juga mulai menaruh minat yang besar pada hubungan interpersonal seperti tampak pada tulisan Gordon W. Allport (1960), Erich Fromm (1962), Martin Buber (1975), Carl Rogers (1951). Semua tokoh psikologi tersebut mewakili mazhab humanistik.

Dari segi psikologi komunikasi, kita dapat menyatakan bahwa semakin baik hubungan interpersonal, semakin terbuka orang untuk mengungkapkan dirinya, semakin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga semakin efektif komunikasi yang berlangsung diantara komunikator dan komunikan.

Teori hubungan interpersonal

Untuk menganalisis hubungan interpersonal, menurut Goleman dan Hammen dalam Jalaluddin Rakhmat (2011) terdapat empat buah model, yaitu:

a. Model pertukaran sosial (*social exchange model*)

Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Pada model ini, orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Thibault dan Kelley dalam Jalaluddin Rakhmat (2011) menyimpulkan model ini sebagai asumsi dasar yang mendasari analisis bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya. Terdapat empat konsep pokok dalam model ini, yaitu:

1). Ganjaran

Ganjaran adalah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Ganjaran dapat berupa uang, penerimaan sosial, atau dukungan terhadap nilai. Nilai suatu ganjaran berbeda antara seseorang dengan orang lain, dan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain.

Contoh: Bagi orang miskin, uang lebih berharga daripada ilmu pengetahuan. Sedangkan bagi orang kaya, penerimaan sosial lebih berharga daripada uang

2). Biaya

Biaya adalah akibat yang dinilai negatif, yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan, dan keruntuhan harga diri. Biaya juga berubah-ubah sesuai waktu dan orang yang terlibat.

Contoh: Bila seorang anak yang miskin berteman dengan sekelompok anak yang kaya. Dalam bergaul, anak miskin ini sering diejek oleh anak-anak kaya tersebut. Anak miskin tersebut mendapat biaya berupa keruntuhan harga diri karena sering diejek oleh teman-temannya.

3). Hasil atau laba

Hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi dengan biaya. Bila seorang individu merasa dalam sebuah hubungan tidak memperoleh hasil atau laba sama sekali maka individu tersebut akan mencari hubungan yang lain.

Contoh: Apabila kita memiliki sahabat yang egois. Kita tetap akan membantunya, sekadar agar persahabatan dengan orang tersebut tidak putus. Bila bantuan (biaya) disini ternyata lebih besar daripada nilai persahabatan (ganjaran) yang diterima, maka kita rugi atau tidak mendapat laba.

4). Tingkat perbandingan.

Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada waktu sekarang. Ukuran baku ini dapat berupa pengalaman masa lalu atau alternatif hubungan lain.

Contoh: Bila seorang wanita pernah menikah dengan seorang pria yang berjalan sangat bahagia, tetapi akhirnya bercerai. Saat menikah dengan pria lain, maka wanita tersebut akan mengukur ganjaran hubungan berdasarkan pengalamannya yang dulu.

b. Model peranan (*role model*)

Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai panggung sandiwara. Disini setiap orang harus memainkan perannya sesuai dengan "naskah" yang telah dibuat oleh masyarakat. Terdapat empat konsep pokok yang harus diperhatikan dalam model ini untuk mengembangkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu:

1). Ekspektasi peranan (*role expectation*)

Ekspektasi peranan mengacu pada kewajiban, tugas, dan hal yang berkaitan dengan posisi tertentu dalam kelompok.

Contoh: Dosen diharapkan berperan sebagai pendidik yang bermoral dan menjadi teladan yang baik bagi mahasiswanya.

2). Tuntutan peranan (*role demands*)

Tuntutan peranan adalah desakan sosial yang memaksa individu untuk memenuhi peranan yang telah dibebankan kepadanya. Desakan sosial dapat berwujud sanksi sosial dan dikenakan bila individu menyimpang dari perannya.

Contoh: Dosen yang melakukan kekerasan pada mahasiswanya akan mendapat sanksi dari yayasan, yang dapat berupa diberhentikan dari tugasnya untuk mengajar.

3). Keterampilan peranan (*role skills*)

Keterampilan peranan adalah kemampuan memainkan peranan tertentu, disebut juga kompetensi sosial. Sering dibedakan antara keterampilan kognitif dengan keterampilan tindakan. Keterampilan kognitif menunjuk pada kemampuan individu untuk mempersepsi apa yang diharapkan orang lain dari dirinya. Sedangkan keterampilan tindakan menunjuk pada kemampuan melaksanakan peranan sesuai dengan harapan. Contoh: Dosen memang diharapkan dapat berperan sebagai pendidik yang bermoral dan menjadi teladan bagi mahasiswanya. Untuk itu seorang dosen harus berusaha memberikan ilmunya semaksimal mungkin dan menjaga perilakunya agar dapat mewujudkan harapan tersebut.

4). Konflik peranan

Konflik peranan terjadi bila individu tidak sanggup mempertemukan berbagai tuntutan peranan yang kontradiktif.

Contoh: Seorang ayah yang juga berperan sebagai rektor, harus memberi hukuman pada anaknya yang berbuat kesalahan di perguruan tinggi tempat ia bekerja.

c. Model permainan

Model ini berasal dari psikiater Erie Berne (1964, 1972). Analisisnya kemudian dikenal sebagai analisis transaksional. Dalam model ini, orang-orang berhubungan dalam bermacam-macam permainan. Mendasari permainan ini adalah tiga bagian kepribadian manusia yaitu:

- 1). Orang tua (*parent*), adalah aspek kepribadian yang merupakan asumsi dan perilaku yang kita terima dari orang tua kita atau orang yang kita anggap orang tua kita.
- 2). Orang dewasa (*adult*), adalah bagian kepribadian yang mengolah informasi secara rasional.
- 3). Anak (*child*), adalah unsur kepribadian yang diambil dari perasaan dan pengalaman kanak-kanak dan mengandung potensi intuisi, spontanitas, kreativitas, dan kesenangan.

d. Model interaksional (*interactional model*)

Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu sistem. Setiap sistem memiliki sifat struktural, integratif, dan medan. Semua sistem, terdiri atas subsistem-subsistem yang saling bergantung dan bertindak bersama sebagai satu kesatuan. Setiap hubungan interpersonal harus dilihat dari tujuan bersama, metode komunikasi, ekspektasi dan pelaksanaan peranan, serta permainan yang dilakukan.

Tahap-tahap hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal berlangsung melalui tiga tahap, yaitu:

a. Pembentukan hubungan

Tahap ini sering disebut dengan tahap pengenalan (*acquaintance process*). Beberapa orang peneliti seperti Newcomb (1961), Berger (1973), Zunin (1972), dan Duck (1976) telah menemukan hal-hal yang menarik dari proses pengenalan. Fase pertama adalah fase kontak permulaan (*initial contact phase*) yang ditandai oleh usaha dari kedua belah pihak untuk menangkap informasi dari reaksi lawan bicaranya. Masing-masing pihak berusaha menggali identitas, sikap, dan nilai pihak lain. Bila terdapat kesamaan, maka mulailah dilakukan proses pengungkapan diri. Proses saling menilik ini disebut Newcomb sebagai saling menyelidiki (*reciprocal scanning*). Pada tahap ini informasi yang dicari berkisar mengenai data demografi, usia, pekerjaan, tempat tinggal, dan sebagainya.

Menurut Charles R. Berger dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), informasi pada tahap pengenalan dapat dikelompokkan pada tujuh kategori yaitu: Informasi demografis, Sikap dan pendapat (tentang orang atau objek), Rencana yang akan datang, Kepribadian, Perilaku pada masa lalu, Orang lain, Hobi dan minat. Tidak selalu informasi yang kita peroleh didapat dari komunikasi verbal. Kita juga membentuk kesan dari petunjuk proksemik, kinesik, paralinguistic, dan artifaktual. Menurut Willian Brooks dan Philip Emmert dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), kesan pertama sangat menentukan, karena itu hal-hal yang pertama kelihatan sangat menentukan kesan pertama.

b. Peneguhan hubungan

Hubungan interpersonal tidak bersifat statis, tetapi selalu berubah. Untuk memelihara dan memperteguh hubungan interpersonal, perubahan memerlukan adanya tindakan-tindakan tertentu untuk mengembalikan keseimbangan. Terdapat empat faktor yang sangat penting dalam memelihara keseimbangan, yaitu:

1). Keakraban

Keakraban merupakan pemenuhan kebutuhan akan kasih sayang. Hubungan interpersonal akan terpelihara apabila kedua belah pihak sepakat tentang keakraban yang diperlukan.

2). Kontrol

Kontrol disini mencakup kesepakatan tentang siapa yang akan mengontrol siapa. Konflik terjadi pada umumnya bila masing-masing ingin berkuasa, atau tidak ada pihak yang mau mengalah.

3). Ketepatan respons

Ketepatan respons artinya respons A harus diikuti respons B yang sesuai. Respons ini bukan saja berkenaan dengan pesan verbal, tapi juga pesan nonverbal. Dalam konteks ini respons dibagi dalam dua kelompok yaitu:

- a). Konfirmasi, yaitu respons yang dapat memperteguh hubungan interpersonal. Berikut ini adalah beberapa respons yang termasuk konfirmasi: i). Pengakuan langsung, adalah menerima pernyataan dan memberikan respons dengan segera. ii). Perasaan positif, adalah mengungkapkan perasaan yang positif terhadap apa yang sudah lawan bicara katakan. iii). Respons meminta keterangan, adalah

meminta menerangkan isi sebuah pesan.iv).Respons setuju, adalah memperteguh apa yang telah dikatakan. v).Respons suportif, adalah mengungkapkan pengertian, dukungan, atau kalimat yang memperkuat.

- b). Diskonfirmasi, yaitu respons yang justru merusak hubungan interpersonal. Berikut ini adalah beberapa respons yang termasuk diskonfirmasi: i).Respons sekilas, adalah memberikan respons pada suatu pernyataan, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan. ii). Respons impersonal, adalah memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga. iii).Respons kosong, adalah respons yang tidak menghiraukan sama sekali baik memeberikan sambutan verbal maupun nonverbal. iv).Respons yang tidak relevan, adalah seperti respons sekilas, yang berusaha mengalihkan pembicaraan tanpa menghubungkan dengan pembicaraan yang ada. v).Respons rancu, adalah respons yang berupa kalimat-kalimat yang kacau, rancu, atau tidak lengkap. vi).Respons kontradiktif, adalah menyampaikan pesan verbal yang bertentangan dengan pesan nonverbal.

4). Keserasian suasana emosional

Keserasian suasana emosional sangat penting saat berlangsungnya komunikasi. Ketika terjadi dua orang berinteraksi dengan suasana emosional yang berbeda, maka interaksi tersebut dapat berjalan tidak stabil.

c. Pemutusan hubungan

Pemutusan hubungan dapat saja terjadi, dan juga dapat menimbulkan terjadinya konflik. R.D. Nye dalam Jalaluddin Rakhmat (2011) menyebutkan terdapat lima sumber konflik, yaitu:

- 1) **Kompetisi**, yaitu adanya salah satu pihak yang berusaha memperoleh sesuatu dengan mengorbankan orang lain.
- 2) **Dominasi**, yaitu adanya salah satu pihak yang berusaha mengendalikan pihak lain sehingga orang itu merasa hak-haknya dilanggar.
- 3) **Kegagalan**, yaitu masing-masing pihak berusaha menyalahkan yang lain apabila tujuan bersama tidak tercapai.
- 4) **Provokasi**, yaitu adanya salah satu pihak yang terus-menerus berbuat sesuatu yang ia ketahui menyinggung perasaan pihak lain.
- 5) **Perbedaan nilai**, yaitu kedua pihak tidak sepakat tentang nilai-nilai yang mereka anut.

Tahap-tahap hubungan interpersonal dalam islam dikenal dengan istilah ukhuwah, adapun tahapan ikhuwah tersebut terdiri dari 5 hal, yakni:

- a. **Ta'aruf** (Saling Mengenal) : ini adalah tingkatan yang paling dasar dalam ukhuwah. Adanya interaksi dapat lebih mengenal karakter individu. Perkenalan pertama tentunya kepada penampilan fisik (*Jasadiyyan*), seperti tubuh, wajah, gaya pakaian, gaya bicara, tingkah laku, pekerjaan, pendidikan, dsb. Selanjutnya interaksi berlanjut ke pengenalan pemikiran(*Fikriyyan*). Hal ini dilakukan dengan dialog, pandangan terhadap suatu masalah, kecenderungan berpikir, tokoh idola yang dikagumi/diikuti, dan lain-lain. Dan pengenalan terakhir adalah mengenal kejiwaan (*Nafsiyyan*) yang ditekankan kepada upaya memahami kejiwaan, karakter, emosi, dan tingkah laku.

Allah berfirman terkait dengan ta'aruf:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: "Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal". (QS. Al-Hujurat: 13)

Islam adalah agama yang mengajarkan kepada umatnya untuk menyayangi terhadap sesama makhluk. Manusia diciptakan Allah agar saling mengenal di antara sesamanya. Dari keadaan manusia yang berbeda, baik bangsa begitupun dengan suku ataupun bahasa bukan berarti untuk perpecahan, akan tetapi justru untuk saling kenal mengenal (ta'aruf). Pada dasarnya derajat manusia sama disisi Allah Swt., yang membedakan adalah tingkat ketaqwaannya. Dalam bergaul dan saling mengenal, kita harus tetap memperhatikan petunjuk-petunjuk agama, agar pergaulan tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan. Oleh karena itu takwa dalam ayat tersebut diatas berarti pergaulan dengan saling mengenal harus dilakukan secara hati-hati, terutama dengan lawan jenis. Oleh karena itu ta'aruf yang dimaksudkan dalam ayat tersebut di atas, bukan hanya sekedar mengetahui sesama manusia, akan tetapi saling memahami keadaan masing-masing sehingga tercipta tali silaturahmi yang kuat.

- b. **Tafahum** (Saling Memahami) : proses ini berjalan secara alami. Seperti bagaimana kita memahami kekurangan dan kelebihan saudara kita. Sehingga kita bisa tahu apa yang disukai dan tidak disukai, menempatkan posisi seperti apa bila kita bersamanya.
- c. **Ta'awun** (Saling Menolong) : lahir dari proses tafahum tadi. Ta'awun dapat dilakukan dengan hati (saling mendo'akan), pemikiran (berdiskusi dan saling menasehati), dan amal (saling bantu membantu). Saling membantu dalam kebaikan adalah kebahagiaan tersendiri. Karena manusia adalah makhluk sosial yang butuh berinteraksi dan butuh bantuan org lain. Allah berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya" (Al-Maidah: 2).

Sebagai contoh sikap saling menolong dalam kebaikan dan ketakwaan, Rasulullah saw bersabda:

انصُرْ أَخَاكَ ظَالِمًا أَوْ مَظْلُومًا قَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ هَذَا نَنْصُرُهُ مَظْلُومًا فَكَيْفَ نَنْصُرُهُ ظَالِمًا قَالَ تَأْخُذُ فَوْقَ يَدَيْهِ

Artinya: "Bantulah saudaramu, baik dalam keadaan sedang berbuat zhalim atau sedang teraniaya. Ada yang bertanya: "Wahai Rasulullah, kami akan menolong orang yang teraniaya. Bagaimana menolong orang yang sedang berbuat zhalim?" Beliau menjawab: "Dengan menghalanginya melakukan kezhaliman. Itulah bentuk bantuannya"

kepadanya." (HR. Bukhari)

- d. **Takaful** (Saling Menanggung) : rasa sedih dan senang diselesaikan bersama. Ketika ada saudara yang mempunyai masalah, maka kita ikut menanggung dan menyelesaikan masalahnya tersebut. Rasulullah saw bersabda:

عَنْ التُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاظِفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهْرِ وَالْحَمَى

Artinya: «Dari Nu'man bin Basyir ra, Rasulullah SAW bersabda, «Perumpamaan persaudaraan kaum muslimin dalam cinta dan kasih sayang diantara mereka adalah seumpama satu tubuh. Bilamana salah satu bagian tubuh merasakan sakit, maka akan dirasakan oleh bagian tubuh yang lainnya, seperti ketika tidak bisa tidur atau ketika demam.» (HR. Muslim)

- e. **Itsar** (Mendahulukan orang lain daripada diri sendiri) : ini adalah tingkatan tertinggi dalam ukhuwah. Tingkatan iman nya para sahabat. Banyak hadist yang menunjukkan itsar ini. Seperti ketika dalam suatu perang, salah seorang sahabat sangat kehausan. Kebetulan ia hanya tinggal mempunyai 1 kali jatah air untuk minum. Saat akan meminum nya, terdengar rintihan sahabat lain yang kehausan. Maka air tersebut ia berikan kepada sahabat yg kehausan itu. Saat mau meminumnya terdengar sahabat lain lagi yang merintih kehausan. Kemudian ia berikan air tersebut kepada sahabat itu. Begitu seterusnya sampai air tersebut kembali kepada si pemilik air pertama tadi. Akhirnya semua syahid. Dalam sebuah hadits disebutkan:

عَنْ أَبِي حَمْزَةَ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، خَادِمِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

Artinya: Dari Abu Hamzah, Anas bin Malik radiallahuanhu, pembantu Rasulullah Shallallahu'alaihi wasallam dari Rasulullah Shallallahu'alaihi wasallam, beliau bersabda: Tidak beriman salah seorang diantara kamu hingga dia mencintai saudaranya sebagaimana dia mencintai dirinya sendiri. (HR. Bukhari-Muslim). Maksudnya adalah kita harus lebih mengutamakan kepentingan orang lain dari pada diri kita sendiri.

Tahapan hubungan interpersonal (ukhuwah dalam islam) tidak mengenal konsep pemutusan hubungan. Hal ini karena telah jelas larangan bagi umat islam untuk memutuskan tali silaturahmi, hal ini sebagaimana terdapat dalam Qur'an:

وَالَّذِينَ يَنْقُضُونَ عَهْدَ اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مِيثَاقِهِ وَيَقْطَعُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ أُولَئِكَ لَهُمُ اللَّعْنَةُ وَلَهُمْ سُوءُ الدَّارِ

Artinya: "Orang-orang yang merusak janji Allāh setelah diikrarkan dengan teguh dan memutuskan apa-apa yang Allāh perintahkan supaya dihubungkan dan mengadakan kerusakan di bumi, orang-orang itulah yang memperoleh kutukan dan bagi mereka tempat kediaman yang buruk (Jahannam)."(QS. Ar-Ra'd: 25)

Ini jelas ancaman, diantara yang menyebabkan mendapat laknat dan masuk neraka jahannam adalah memutuskan tali silaturahmi.

Larangan silaturahmi juga ditegaskan dalam hadits Rasulullah SAW:

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ قَاطِعٌ رَحِيمٍ

Artinya: "Tidak akan masuk surga orang yang memutus silaturahmi." (Muttafaqun 'alaih).

Hadits ini merupakan ancaman bagi orang yang memutuskan silaturahmi yaitu tidak masuk surga. Ini menunjukkan bahwasanya permasalahan adab atau akhlak (perilaku) adalah permasalahan yang penting.

Faktor-faktor penumbuh hubungan interpersonal

Terdapat tiga faktor yang dapat menumbuhkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal, yaitu:

a. Percaya (*trust*)

Dari semua faktor, faktor percaya adalah yang paling penting. Menurut Giffin dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), percaya didefinisikan sebagai mengandalkan perilaku orang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, yang pencapaiannya tidak pasti dan dalam situasi yang penuh risiko. Definisi tersebut menyebutkan adanya tiga unsur percaya, yaitu:

- 1). Ada situasi yang menimbulkan risiko
- 2). Orang yang menaruh kepercayaan kepada orang lain berarti menyadari bahwa akibat-akibatnya bergantung pada perilaku orang lain.
- 3). Orang yang yakin bahwa perilaku orang lain akan berakibat baik baginya

Manfaat menaruh rasa percaya pada orang lain adalah meningkatkan komunikasi interpersonal karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan informasi, serta memperluas peluang komunikasi untuk mencapai maksudnya. Selain itu, hilangnya kepercayaan

pada orang lain akan menghambat perkembangan hubungan interpersonal yang akrab. Di samping faktor-faktor personal, terdapat beberapa faktor yang berhubungan dengan sikap percaya seperti karakteristik dan maksud dari orang lain, adanya hubungan kekuasaan, sifat dan kualitas komunikasi, serta adanya sikap jujur dari setiap pelaku komunikasi. Selain itu, terdapat juga tiga hal utama yang dapat menumbuhkan sikap percaya dan mengembangkan komunikasi yang didasarkan pada sikap saling percaya, yaitu:

- a). Menerima, adalah kemampuan berhubungan dengan orang lain tanpa menilai dan berusaha mengendalikan. Menurut Anita Taylor dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), menerima adalah sikap yang melihat orang lain sebagai manusia, sebagai individu yang patut dihargai. Menerima tidaklah berarti menyetujui semua perilaku orang lain atau rela menanggung akibat-akibat perilakunya.
- b). Empati, adalah sikap yang dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional bagi kita. Dalam empati, kita tidak menempatkan diri kita pada posisi orang lain, tetapi kita ikut secara emosional dan intelektual dalam pengalaman orang lain. Berempati artinya membayangkan diri kita pada kejadian yang menimpa orang lain.
- c). Kejujuran, dapat diartikan sebagai sikap apa adanya. Menerima dan empati mungkin saja dipersepsi salah oleh orang lain. Sikap menerima kita dapat ditanggapi sebagai sikap tak acuh, dingin, dan tidak bersahabat. Sedangkan sikap empati kita dapat ditanggapi sebagai pura-pura. Supaya ditanggapi sebenarnya, maka kita harus jujur dalam mengungkapkan diri kita terhadap orang lain.

Kejujuran menyebabkan perilaku kita dapat diduga, sehingga mendorong orang lain untuk percaya pada kita.

b. Sikap suportif

Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Orang yang bersikap defensif adalah orang yang tidak menerima, tidak jujur, dan tidak empati. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah, pengalaman defensif, dan sebagainya) dan faktor situasional (perilaku komunikasi orang lain). Jack R. Gibb dalam Jalaluddin Rakhmat (2011) menyebutkan ada enam perilaku yang menimbulkan perilaku suportif, yaitu:

- 1) **Deskripsi** artinya penyampaian perasaan dan persepsi tanpa menilai.
- 2) **Orientasi masalah** adalah mengkomunikasikan keinginan untuk bekerja sama mencari pemecahan masalah.
- 3) **Spontanitas** artinya sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang terpendam.
- 4) **Empati** adalah memperlakukan orang lain sebagai persona.
- 5) **Persamaan** adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis.
- 6) **Provisionalisme** adalah kesediaan untuk meninjau kembali pendapat kita, untuk mengakui bahwa pendapat manusia adalah tempat kesalahan.

Lawan dari sikap suportif adalah sikap defensif. Ada 6 perilaku yang menimbulkan sikap defensif:

- 1) **Evaluasi** artinya penilaian terhadap orang lain (memuji atau mengecam).
- 2) **Kontrol**, artinya berusaha untuk mengubah orang lain,

mengendalikan perilakunya, mengubah sikap, pendapat, dan tindakannya.

- 3) Strategi adalah penggunaan tipuan-tipuan atau manipulasi untuk memengaruhi orang lain.
- 4) Netralitas
Netralitas berarti sikap impersonal yang memperlakukan orang lain tidak sebagai persona, melainkan sebagai objek.
- 5) Superioritas artinya sikap menunjukkan lebih tinggi atau lebih baik daripada orang lain.
- 7) Kepastian dekat dengan sikap superioritas. Orang yang memiliki kepastian cenderung bersikap dogmatis, ingin menang sendiri, dan melihat pendapatnya sebagai kebenaran yang mutlak.

c. Sikap terbuka

Sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Lawan dari sikap terbuka adalah dogmatisme. Menurut Brooks dan Emmert dalam Jalaluddin Rakhmat (2011), terdapat beberapa karakteristik sikap terbuka dan dogmatis, yaitu:

Tabel 4.3

Sikap Terbuka dan Dogmatis

| Sikap Terbuka | Dogmatis |
|---|---|
| Menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan keajegan logika | Menilai pesan berdasarkan motif-motif pribadi |
| Membedakan dengan mudah, melihat nuansa, dsb | Berpikir simplisitis, artinya berpikir hitam-putih (tanpa nuansa) |

| | |
|--|---|
| Berorientasi pada isi | Bersandar lebih banyak pada sumber pesan daripada isi pesan |
| Mencari informasi dari berbagai sumber | Mencari informasi tentang kepercayaan orang lain dari sumbernya sendiri, bukan dari sumber kepercayaan orang lain |
| Lebih bersifat provisional dan bersedia mengubah kepercayaannya | Secara kaku mempertahankan dan memegang teguh sistem kepercayaannya |
| Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan rangkaian kepercayaannya | Menolak, mengabaikan, mendistorsi pesan yang tidak konsisten dengan sistem kepercayaannya |

Sumber: Rakhmat (2011)

Kemampuan komunikasi interpersonal bermanfaat untuk mengenal dan menilai seseorang dengan cermat dan dapat dimanfaatkan untuk membina persahabatan. Sebelum bersahabat dengan orang lain, kita bersahabat dengan anggota keluarga terlebih dahulu. Oleh karena itu, kenalilah psikologis anggota keluarga dengan cermat. Dalam banyak kasus, orang tua tidak mengetahui perkembangan anaknya, justru, tetangganya lebih tahu. Ini disebabkan komunikasi interpersonal di dalam keluarga kurang efektif. Allah swt berfirman:

مَثَلُ الَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ أَوْلِيَاءَ كَمَثَلِ الْعَنْكَبُوتِ اتَّخَذَتْ بَيْتًا
وَإِنَّ أَوْهَنَ الْبُيُوتِ لَبَيْتُ الْعَنْكَبُوتِ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ

Artinya: "Perumpamaan orang-orang yang mengambil pelindung-pelindung selain Allah adalah seperti laba-laba yang membuat rumah.

Dan sesungguhnya rumah yang paling lemah adalah rumah laba-laba kalau mereka mengetahui". (QS. Al-Ankabut: 41).

Dalam tafsir Al-Misbah, M. Quraish Shihab mengatakan bahwa manusia dan keluarga yang berlingung, selain Allah SWT akan rapuh dan hancur bagaikan rumah laba-laba. Rumah tangga yang kuat, anggota keluarganya berlingung kepada Allah SWT dan persahabatan yang ikhlas. Organisasi dan negara yang rapuh berlingung selain Allah SWT akan hancur karena makhluk Allah SWT lemah dan ada batas kekuatan dan kekuasaan. Quraish Shihab menyimpulkan agar kita menyadari, merasakan kekuasaan Allah SWT sebesar-besarnya, dan menyerahkan diri kita sebulat- bulatnya kepada Allah SWT (Tafsir Al-Misbah, 500 :2002).

D. Tes Formatif

1. Jelaskan perbedaan antara persepsi objek dan persepsi interpersonal !
2. Jelaskan konsep diri menurut perspektif Islam !
3. Jelaskan pengaruh atraksi interpersonal terhadap komunikasi interpersonal !
4. Sebutkan dan jelaskan tahap-tahap pembentukan hubungan interpersonal dalam konsep Islam !

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian pergunkan rumusan berikut ini :

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|--------------|-------------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 5

KOMUNIKASI MASSA

A. Deskripsi Singkat

Bab ini membahas tentang komunikasi menggunakan media massa. Dalam komunikasi salah satu unsur terpenting adalah adanya media untuk penyampaian pesan. Media massa merupakan salah satu alat yang efektif dalam penyampaian pesan kepada khalayak luas yang lokasi geografisnya berjauhan sekalipun. Terlebih di era digital seperti saat ini, kemampuan literasi media dan literasi digital menjadi hal penting dalam proses komunikasi. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang konsep komunikasi massa
2. Penjelasan tentang efek komunikasi massa
3. Penjelasan tentang teori dan model komunikasi massa
4. Penjelasan tentang hambatan psikologi dalam komunikasi massa
5. Uraian tentang pentingnya literasi media digital

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab komunikasi massa, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan konsep komunikasi massa
2. Mampu menjelaskan efek komunikasi massa
3. Mampu menjelaskan tentang teori dan model komunikasi massa
4. Mampu menjelaskan tentang hambatan psikologi dalam komunikasi massa
5. Mampu menguraikan tentang urgensi literasi media digital

C. Pembahasan

5.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Dominick Komunikasi massa adalah suatu proses dimana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Sedangkan Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Proses komunikasi massa ala AG. Eka Wenats Wuryanta adalah proses masyarakat menanggapi perspektif sejarah masyarakat itu sendiri. Dalam arti bahwa komunikasi masuk didalam suatu proses sejarah manusia. Orang membangun peradaban atau budaya dalam perspektif sejarah yaitu masa lalu, masa sekarang dan masa depan. Oleh karena itu komunikasi penting didalam seluruh proses pembudayaan tadi. definisi komunikasi massa yaitu sebagai suatu proses yang secara simultan diperuntukkan untuk penduduk yang besar dan dalam skala yang sangat besar melalui media massa.

Syarat komunikasi massa yang baik antara lain:

- 1) Pesan disusun dengan jelas, tidak rumit dan tidak bertele-tele
- 2) Bahasa yang mudah dimengerti/dipahami
- 3) Bentuk gambar yang baik
- 4) Membentuk kelompok khusus, misalnya kelompok pendengar (radio)

Georg Gerbner memberi pengertian komunikasi massa dengan sebuah definisi singkat yaitu sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dipunyai orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 1999 : 188).

Karakteristik Komunikasi Massa menurut para pakar komunikasi:

1. Komunikator Melembaga (*Institutionalized Communicator*) atau Komunikator Kolektif (*Collective Communicator*) karena media massa adalah lembaga sosial, bukan orang per orang.
2. Pesan bersifat umum, universal, dan ditujukan kepada orang banyak.
3. Menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*) penerimaan oleh massa.
4. Komunikasi bersifat anonim dan heterogen, tidak saling kenal dan terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter, beragam latar belakang sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan.
5. Berlangsung satu arah (*one way traffic communication*).
6. Umpan Balik Tertunda (*Delayed Feedback*) atau Tidak Langsung (*Indirect Feedback*), respon audience atau

pembaca tidak langsung diketahui seperti pada komunikasi antarpribadi.

Karakteristik Media Massa:

1. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Cangara, komunikasi tidak hanya diartikan sabagai pertukaran berita atau pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta, dan ide (Winardono, 2006 : 57). Komunikasi massa dapat berfungsi untuk :

- 1) Informasi, yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta, opini, pesan, komentar, sehingga orang dapat mengetahui keadaan di tempat lain
- 2) Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.

- 3) Motivasi, mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dengar, melalui media massa.
- 4) Bahan diskusi, yaitu menyediakan informasi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- 5) Pendidikan, yaitu dengan menyajikan informasi yang mengandung nilai edukasi, sehingga membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara informal.
- 6) Memajukan kebudayaan, media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran siaran radio, televisi, atau media cetak. pertukaran ini memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta memperkuat kerjasama masing-masing negara.
- 7) Hiburan, media massa adalah sarana yang banyak menyita waktu luang semua golongan usia, dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetikanya dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, bunyi, gambar, dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan.
- 8) Integrasi, yaitu banyaknya negara-negara didunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu, karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat digunakan untuk menghubungkan perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa.

Fungsi Media Massa

Menurut Robert K, Avery menyatakan bahwa media massa memiliki fungsi sebagai berikut :

- 1) *The surveillance of environment*, yaitu media massa berfungsi sebagai pengamatan terhadap lingkungan, penyingkap ancaman, dan kesempatan untuk mempengaruhi nilai masyarakat.
- 2) *The correlation of the part of society in responden to the environment*, yaitu fungsi media massa untuk mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
- 3) *The transmission tha social heritage from one generation to the next generation*, yaitu media massa berperan untuk memindahkan nilai-nilai budaya dan warisan dari satu generasi ke generasi lainnya.

5.2 Efek Komunikasi Massa

Ada tiga dimensi efek komunikasi massa, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Efek efektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap). Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.

a. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Seseorang mendapatkan informasi dari televisi, bahwa “Setyo Novanto” melakukan korupsi uang negara. Penonton televisi, yang awalnya tidak tahu menjadi tahu tentang peristiwa tersebut. Di sini pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada pikiran komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanya berkisar pada upaya untuk memberitahu saja. Menurut Mc. Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indera kita (*sense extention theory*; teori perpanjangan alat indera). Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa. Televisi sering menyajikan adegan kekerasan, penonton televisi cenderung memandang dunia ini lebih keras, lebih tidak aman dan lebih mengerikan.

Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang bias dan timpang. Oleh karena itu, muncullah apa yang disebut *stereotip*, yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang tidak berubah-ubah, bersifat klise dan seringkali timpang dan tidak benar. Sebagai contoh, dalam film India, wanita sering ditampilkan sebagai makhluk yang cengeng, senang kemewahan dan seringkali cerewet. Penampilan seperti itu, bila dilakukan terus menerus, akan menciptakan stereotipe pada diri khalayak komunikasi massa tentang orang, objek atau lembaga. Di sini sudah mulai terasa bahayanya media massa. Pengaruh media massa lebih kuat lagi, karena pada masyarakat modern orang memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa.

Sementara itu, citra terhadap seseorang, misalnya, akan terbentuk (pula) oleh peran *agenda setting* (penentuan/pengaturan agenda). Teori ini dimulai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Biasanya, surat kabar mengatur berita mana yang lebih diprioritaskan. Ini adalah rencana mereka yang dipengaruhi suasana yang sedang hangat berlangsung. Sebagai contoh, bila satu setengah halaman di Kompas memberitakan pelaksanaan kegiatan amal partai Perindo, berarti wartawan dan pihak redaksi harian itu sedang mengatur kita untuk mencitrakan sebuah informasi penting. Sebaliknya bila di halaman selanjutnya di harian yang sama, terdapat berita kunjungan Megawati Soekarno Putri ke beberapa daerah, diletakkan di pojok kiri paling bawah, dan itu pun beritanya hanya terdiri dari tiga paragraf. Berarti, ini adalah agenda setting dari media tersebut bahwa berita ini seakan tidak penting. Mau tidak mau, pencitraan dan sumber informasi kita dipengaruhi agenda setting.

Media massa tidak memberikan efek kognitif semata, namun ia memberikan manfaat yang dikehendaki masyarakat yang disebut dengan efek prososial.

- 1) Efek prososial kognitif. Misalnya ketika media massa menyebabkan kita lebih mengerti bahasa Indonesia yang baik dan benar.
- 2) Efek prososial afektif. Ketika media massa menyajikan penderitaan rakyat miskin di pedesaan, dan hati kita tergerak untuk menolong mereka.
- 3) Efek prososial behavioral. Misalnya ketika media massa membuka dompet bencana alam, menghimbau kita untuk menyumbang, lalu kita mengirimkan wesel pos (atau, sekarang dengan cara transfer via rekening bank) ke surat

kabar.

b. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Sebagai contoh, setelah kita mendengar atau membaca informasi artis Ridho Roma dipenjara karena kasus penyalah-gunaan narkoba, maka dalam diri kita akan muncul perasaan jengkel, iba, kasihan, atau bisa jadi, senang. Perasaan sebel, jengkel atau marah dapat diartikan sebagai perasaan kesal terhadap perbuatan Ridho Roma. Sedangkan perasaan senang adalah perasaan lega dari para pembenci artis dan kehidupan hura-hura yang senang atas tertangkapnya para publik figur yang cenderung hidup hura-hura. Adapun rasa iba atau kasihan dapat juga diartikan sebagai keheranan khalayak mengapa dia melakukan perbuatan tersebut.

Berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya efek afektif dari komunikasi massa:

1) Suasana emosional

Respons kita terhadap sebuah film, iklan, ataupun sebuah informasi, akan dipengaruhi oleh suasana emosional kita. Film sedih akan sangat mengharukan apabila kita menontonnya dalam keadaan sedang mengalami kekecewaan. Adegan-adegan lucu akan menyebabkan kita tertawa terbahak-bahak bila kita menontonnya setelah mendapat keuntungan yang tidak disangka-sangka.

2) Skema kognitif

Skema kognitif merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa. Kita tahu bahwa dalam sebuah film action, yang mempunyai lakon atau aktor/aktris yang sering muncul, pada akhirnya akan menang. Oleh karena itu kita tidak terlalu cemas ketika sang pahlawan jatuh dari jurang. Kita menduga, pasti akan tertolong juga.

3) Situasi terpaan (*setting of exposure*)

Kita akan sangat ketakutan menonton film Boneka Anabel, misalnya, atau film horor lainnya, bila kita menontontonnya sendirian di rumah, ketika hujan lebat, dan tiang-tiang rumah berderik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa anak-anak lebih ketakutan menonton televisi dalam keadaan sendirian atau di tempat gelap. Begitu pula reaksi orang lain pada saat menonton akan mempengaruhi emosi kita pada waktu memberikan respons.

4) Faktor predisposisi individual

Faktor ini menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan dalam media massa. Dengan identifikasi penonton, pembaca, atau pendengar, menempatkan dirinya dalam posisi tokoh. Ia merasakan apa yang dirasakan tokoh. Karena itu, ketika tokoh identifikasi itu kalah, ia juga kecewa; ketika identifikasi berhasil, ia gembira.

c. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Program acara memasak bersama Juna Rorimpandey, misalnya, akan menyebabkan para ibu

rumah tangga mengikuti resep-resep baru. Bahkan, kita pernah mendengar kabar seorang anak sekolah dasar yang mencontoh adegan gulat dari acara SmackDown yang mengakibatkan satu orang tewas akibat adegan gulat tersebut. Namun, dari semua informasi dari berbagai media tersebut tidak mempunyai efek yang sama.

Radio, televisi atau film di berbagai negara telah digunakan sebagai media pendidikan. Sebagian laporan telah menunjukkan manfaat nyata dari siaran radio, televisi dan pemutaran film. Sebagian lagi melaporkan kegagalan. Misalnya, ketika terdapat tayangan kriminal pada program "Patroli" di Indosiar menayangkan informasi: maraknya korban begal motor. Sikap yang diharapkan dari berita kriminal itu ialah, agar pengendara motor lebih berhati-hati dan waspada terhadap keberadaan begal di jalan, akan tetapi di hari selanjutnya justru semakin marak diberitakan adanya pembegalan. Inilah yang dimaksud perbedaan efek behavior. Tidak semua berita, misalnya, akan mengalami keberhasilan yang merubah khalayak menjadi lebih baik, namun pula bisa mengakibatkan kegagalan yang berakhir pada tindakan lebih buruk.

Belajar dari media massa memang tidak bergantung hanya ada unsur stimuli dalam media massa saja. Kita memerlukan teori psikologi yang menjelaskan peristiwa belajar semacam ini. Teori psikologi yang dapat menjelaskan efek prososial adalah teori belajar sosial dari Bandura. Menurutnya, kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan atau peneladanan (*modeling*). Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu, bila terdapat jalinan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik diri kita.

Bandura menjelaskan proses belajar sosial dalam empat tahapan proses: proses perhatian, proses pengingatan (*retention*), proses reproduksi motoris, dan proses motivasional.

a. Proses perhatian

Permulaan proses belajar ialah munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang. Peristiwa ini dapat berupa tindakan tertentu (misalnya menolong orang jatuh) atau gambaran pola pemikiran, yang disebut Bandura sebagai *abstract modeling* (misalnya sikap, nilai, atau persepsi realitas sosial). Kita mengamati peristiwa tersebut dari orang-orang sekitar kita. Jika peristiwa itu sudah diamati, terjadilah tahap pertama belajar sosial: perhatian. Kita baru pada mempelajari sesuatu bila kita memperhatikannya. Setiap saat kita menyaksikan berbagai peristiwa yang dapat kita teladani, namun tidak semua peristiwa itu kita perhatikan.

b. Proses pengingatan.

Perhatian saja tidak cukup menghasilkan efek prososial. Khalayak harus sanggup menyimpan hasil pengamatannya dalam benaknya dan memanggilnya kembali ketika mereka akan bertindak sesuai dengan teladan yang diberikan. Untuk mengingat, peristiwa yang diamati harus direkam dalam bentuk imajinal dan verbal.

- 1). Visual imagination, yaitu gambaran mental tentang peristiwa yang kita amati dan menyimpan gambaran itu pada memori kita.
- 2). Verbal menunjukkan representasi dalam bentuk bahasa.

Menurut Bandura, agar peristiwa itu dapat diteladani, kita bukan saja harus merekamnya dalam memori, tetapi juga harus membayangkan secara mental bagaimana kita dapat menjalankan tindakan yang kita teladani. Memvisualisasikan diri kita sedang melakukan sesuatu disebut sebagai “*rehearsal*”.

- c. **Proses reproduksi**, artinya menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang kita amati.
- d. **Motivasi** bergantung pada peneguhan. Ada tiga macam peneguhan yang mendorong kita bertindak yaitu peneguhan eksternal, peneguhan gantian (*vicarious reinforcement*), dan peneguhan diri (*self reinforcement*). Pelajaran bahasa Indonesia yang baik dan benar telah kita simpan dalam memori kita. Kita bermaksud mempraktekannya dalam percakapan dengan teman kita. Kita akan melakukan hanya apabila kita mengetahui orang lain tidak akan mencemoohkan kita atau bila kita yakin orang lain akan menghargai tindakan kita. Ini yang disebut peneguhan eksternal. Jadi, kampanye bahasa Indonesia dalam media massa berhasil, bila ada iklim yang mendorong penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Kita juga akan terdorong melakukan perilaku teladan baik kita melihat orang lain yang berbuat sama mendapat ganjaran karena perbuatannya. Secara teoritis, agak sukar orang meniru bahasa Indonesia yang benar bila pejabat-pejabat yang memiliki reputasi tinggi justru berbahasa Indonesia yang salah. Kita memerlukan peneguhan gantian. Walaupun kita tidak mendapat ganjaran (pujian, penghargaan, status, dan sebagainya), tetapi melihat orang lain mendapat ganjaran karena perbuatan yang ingin kita

teladani membantu terjadinya reproduksi motor.

Akhirnya tindakan teladan akan kita lakukan bila diri kita sendiri mendorong tindakan itu. Dorongan dari diri sendiri itu mungkin timbul dari perasaan puas, senang, atau dipenuhinya citra diri yang ideal. Kita akan mengikuti anjuran berbahasa Indonesia yang benar bila kita yakin bahwa dengan cara itu kita memberikan kontribusi bagi kelestarian bahasa Indonesia.

5.3 Teori dan Model Komunikasi Massa

A. Model Dasar Komunikasi Massa

1. Model jarum hipodermik (*hypodermic needle model*)

Secara harfiah “hypodermic” berarti “dibawah kulit”. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa istilah *hypodermic needle model* mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung, hal ini sejalan dengan pengertian “perangsang-tanggapan (*stimulus-response*)” yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an. Katz mengatakan, bahwa model tersebut terdiri dari:

- a. Media yang sangat ampuh yang mampu memasukkan ide pada benak yang tidak berdaya.
- b. Massa komunikasi yang terpecah-pecah, yang berhubungan dengan media massa, tetapi sebaliknya komunikasi tidak berhubungan satu sama lain.

2. Model Komunikasi satu tahap (*One Step Flow Model*)

Model komunikasi satu tahap ini menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikasi tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain,

tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan. Tetapi model satu tahap mengakui bahwa :

- a. Media tidak mempunyai kekuatan yang hebat.
- b. Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan, dan penahanan dalam ingatan yang selektif mempengaruhi suatu pesan
- c. Untuk setiap komunikan terjadi efek yang berbeda

3. Model Komunikasi dua Tahap (*two step flow model*)

Konsep komunikasi dua tahap ini berasal dari Lazarsfeld, Berelson, dan Gaudet (1948) yang berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa idea-idea sering kali datang dari radio dan surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat (*opinion leaders*) dan dari mereka ini berlaku menuju penduduk yang kurang giat. Tahap pertama adalah dari sumbernya, yakni komunikator dari pemuka pendapat kepada pengikut-pengikutnya, yang juga menyangkut penyebaran pengaruh.

Berlainan dengan model jarum hipodermik yang beranggapan bahwa massa merupakan tubuh besar yang terdiri dari orang-orang yang tak berhubungan tetapi berkaitan kepada media, maka model dua tahap melihat massa sebagai perorangan yang berinteraksi. Ini menyebabkan penduduk terbawa kembali ke komunikasi massa.

4. Model Komunikasi Tahap Ganda (*Multi Step Flow Model*)

Model banyak tahap ini didasarkan pada fungsi penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. Ini tidak mencakup jumlah tahap secara khusus, juga tidak khusus bahwa suatu pesan harus berlangsung dari komunikator melalui saluran media massa. Model ini menyatakan bahwa

bagi lajunya komunikasi dari komunikaator kepada komunikan terdapat jumlah “*relay*” yang berganti-ganti. Beberapa komunikan menerima pesan langsung melalui saluran dari komuikator yang lainnya terpindahkan dari sumbernya beberapa kali. Jumlah tahap yang pasti dalam proses ini bergantung pada

- a. maksud tujuan komunikator,
- b. tersedianya media massa dengan kemampuannya untuk menyebarkannya,
- c. sifat dari pesan, dan
- d. nilai pentingnya pesan bagi komunikan.

B. Teori Komunikasi Massa

1. Teori Lasswell

Seorang ahli ilmu politik Amerika Serikat pada tahun 1948 mengemukakan suatu ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapan yang merupakan cara sederhana untuk memahami proses komunikasi massa adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :

Siapa (*Who*),

Berkata Apa (*Says What*),

Melalui Saluran Apa (*In Which Channel*),

Kepada Siapa (*To Whom*),

Dengan Efek Apa? (*With What Effect?*)

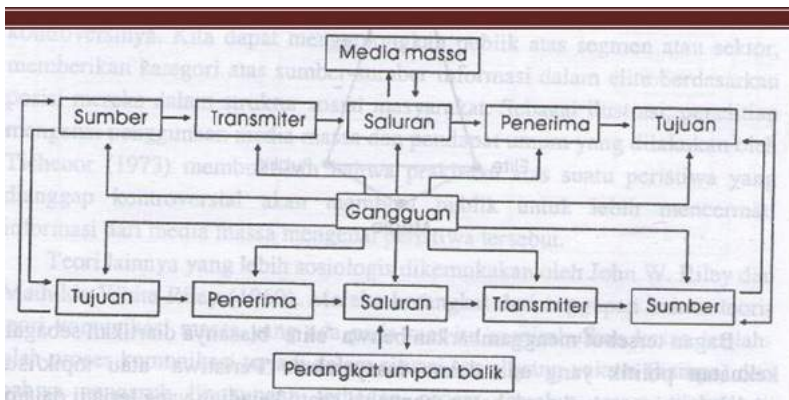
Meskipun sangat sederhana atau terlalu menyederhanakan suatu fenomena komunikasi massa, telah membantu mengorganisasikan dan memberikan struktur pada kajian terhadap komunikasi massa. Selain dapat menggambarkan komponen-komponen dalam proses komunikasi massa, Lasswell sendiri menggunakan formula ini untuk membedakan berbagai

jenis penelitian komunikasi.

2. Pendekatan Transmisional

Teori tentang transmisi pesan ini pertama kali dikemukakan oleh seorang ahli matematika, Claude Shannon pada akhir tahun 40-an. Shannon yang bekerja pada biro penelitian perusahaan telepon Bell menerapkan pemikirannya terutama untuk kepentingan telekomunikasi. Dia berangkat dari sejumlah pertanyaan yang menyangkut jenis saluran komunikasi apa yang dapat mengangkut muatan sinyal secara maksimum? Berapa banyak muatan sinyal yang ditransmisikan akan rusak oleh gangguan yang mungkin muncul, dalam perjalanannya menuju penerima sinyal? Pertanyaan ini pada dasarnya menyangkut bidang teori informasi. Meskipun demikian, teori yang dikembangkan Shannon bersama rekan kerjanya Warren Weaver, dalam suatu bentuk model, telah digunakan sebagai analogi oleh berbagai ilmuwan sosial.

Bagan 1. Teori Pendekatan Transmisional DeFleur



Sumber: google.com

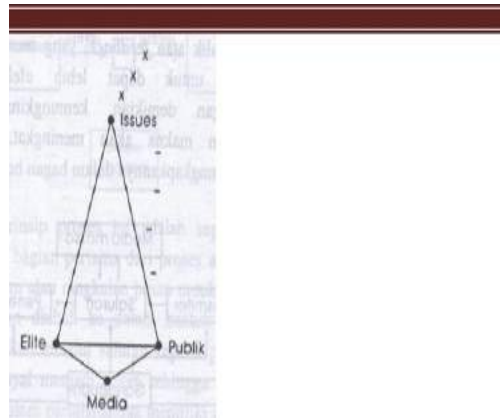
DeFleur menambahkan beberapa komponen dalam bagan Shannon Weaver untuk menggambarkan bagaimana

sumber/komunikator mendapatkan umpan balik atau feedback, yang memberikan kemungkinan kepada komunikator untuk dapat lebih efektif mengadaptasikan komunikasinya. Dengan demikian, kemungkinan untuk mencapai korespondensi/ kesamaan makna akan meningkat. Untuk menjelaskan teorinya, DeFleur mengungkapkannya dalam Bagan 1.

3. Pendekatan Psikologi Sosial

Fokus dari teori ini adalah komunikasi antar kelompok dalam masyarakat yang berlangsung secara interaktif dan dua arah. Pendekatan ini memandang sumber informasi, komunikator, dan penerima dalam suatu situasi komunikasi yang dinamis. Hubungan antara elemen-elemen tersebut dituangkan dalam bagan yang menyerupai layang-layang.

Bagan 2. Pendekatan Psikologi Sosial



Sumber: google.com

Bagan tersebut menggambarkan bahwa elite biasanya diartikan sebagai kekuatan politik yang ada dalam masyarakat. Peristiwa atau topik/isu adalah perbincangan/ perdebatan mengenai suatu kejadian yang terjadi dalam masyarakat, di mana dari sini akan

muncul berbagai informasi (seperti digambarkan dengan deretan X). Publik adalah kelompok/komunitas dalam masyarakat yang berkompoten dengan peristiwa yang diinformasikan dan sekaligus sebagai audience dari media. Sementara itu media mengacu pada unsur-unsur yang ada di dalam media, seperti wartawan, editor, reporter, dan sebagainya. Garis yang menghubungkan berbagai elemen tersebut memiliki sejumlah interpretasi. Dapat berupa hubungan, sikap, ataupun persepsi. Demikian pula arah dari garis tersebut dapat dianggap sebagai komunikasi searah ataupun dua arah.

4. Stimulus Respons

Prinsip stimulus-respons pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, di mana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Dengan demikian seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah: (a) pesan (stimulus); (b) seorang penerima/receiver (organisme); dan (c) efek (respons).

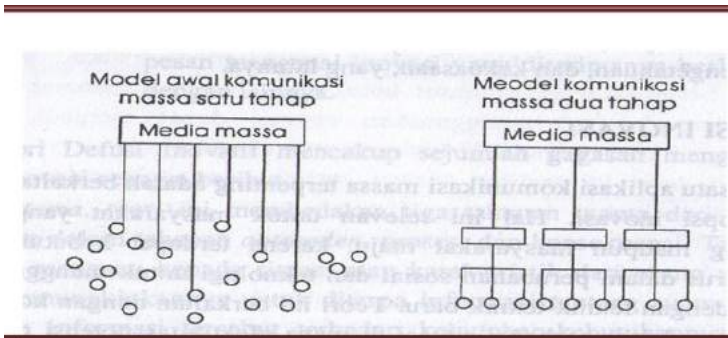
Asumsi yang mendasarinya:

- a. Gambaran mengenai suatu masyarakat modern yang merupakan agregasi dari individu-individu yang relative terisolasi (*atomized*) yang bertindak berdasarkan kepentingan pribadinya, yang tidak terlalu terpengaruh oleh kendala dan ikatan sosial.
- b. Suatu pandangan yang dominan mengenai media massa yang seolah-olah sedang melakukan kampanye untuk memobilisasi perilaku sesuai dengan tujuan dari berbagai kekuatan yang ada dalam masyarakat (biro iklan, pemerintah, parpol dan sebagainya).

5. Komunikasi Dua Tahap dan Pengaruh Antarpribadi

Teori ini berawal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld dan kawan-kawannya mengenai efek media massa dalam suatu kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tahun 1940. Studi tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa proses stimulus respons bekerja dalam menghasilkan efek media massa. Namun hasil penelitian menunjukkan sebaliknya. Efek media massa ternyata rendah.

Bagan 3. Komunikasi Dua Tahap



Sumber: google.com

Lazarsfeld kemudian mengajukan gagasan mengenai komunikasi dua tahap (*two step flow*) dan konsep pemuka pendapat. Temuan mereka mengenai kegagalan media massa dibandingkan dengan pengaruh kontak antarpribadi telah membawa kepada gagasan bahwa sering kali informasi mengalir dari media massa kepada para pemuka pendapat, dan dari mereka kepada orang-orang lain yang kurang aktif dalam masyarakat.

Teori dan penelitian-penelitian komunikasi dua tahap memiliki asumsi-asumsi sebagai berikut :

- a. Individu tidak terisolasi dari kehidupan sosial, tetapi

merupakan anggota dari kelompok-kelompok sosial dalam berinteraksi dengan orang lain.

- b. Respons dan reaksi terhadap pesan dari media tidak akan terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara dan dipengaruhi oleh hubungan-hubungan sosial tersebut.
- c. Ada dua proses yang berlangsung, yang pertama mengenai penerimaan perhatian, dan yang kedua berkaitan dengan respons dalam bentuk persetujuan atau penolakan terhadap upaya mempengaruhi atau penyampaian informasi.
- d. Individu tidak bersikap sama terhadap pesan/kampanye media, melainkan memiliki berbagai peran yang berbeda dalam proses komunikasi, dan khususnya dapat dibagi atas mereka yang secara aktif menerima dan meneruskan/menyebarkan gagasan dari media, dan mereka yang semata-mata hanya mengandalkan hubungan personal dengan orang lain sebagai panutannya. Individu-individu yang berperan lebih aktif (pemuka pendapat) ditandai oleh penggunaan media massa yang lebih besar, tingkat pergaulan lebih tinggi.

6. Difusi Inovasi

Teori ini berkaitan dengan komunikasi massa karena dalam berbagai situasi di mana efektivitas potensi perubahan yang berawal dari penelitian ilmiah dan kebijakan publik, harus diterapkan oleh masyarakat yang pada dasarnya berada di luar jangkauan langsung pusat-pusat inovasi atau kebijakan publik.

Teori ini sangat menekankan pada sumber-sumber non-media (sumber personal, misalnya tetangga, teman, ahli,

dansebagainya.), dan biasanya mengenai gagasan-gagasan baru yang dikampanyekan untuk mengubah perilaku melalui penyebaran informasi dan upaya mempengaruhi motivasi dan sikap. Everett A Rogers dan Floyd G. Shoemaker (1973) merumuskan kembali teori ini dengan memberikan asumsi bahwa sedikitnya ada 4 tahap dalam suatu proses difusi inovasi, yaitu:

- a. Pengetahuan : kesadaran individu akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi.
- b. Persuasi : individu membentuk/memiliki sikap yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut.
- c. Keputusan : individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi.
- d. Konfirmasi : individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya, namun dia dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan mengenai inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan lainnya.

7. Teori Agenda Setting

Asumsi ini berhasil lolos dari keraguan yang ditujukan pada penelitian komunikasi massa yang menganggap media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap atau pendapat. Studi empiris terhadap komunikasi massa telah mengonfirmasikan bahwa efek yang cenderung terjadi adalah dalam hal informasi.

Teori Agenda-setting menawarkan suatu cara untuk menghubungkan temuan ini dengan kemungkinan terjadinya efek

terhadap pendapat, karena pada dasarnya yang ditawarkan adalah suatu fungsi belajardi media massa. Orang belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya. Maxwell McCombs dan Donald Shaw menuliskan bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik dari camedia massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.

Dasar pemikirannya adalah di antara berbagai topik yang dimuat media massa, topik yang mendapat lebih banyak perhatian dari media akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya dan akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu, dan akan terjadi sebaliknya bagi topik yang kurang mendapat perhatian media.

5.4 Hambatan Psikologis Komunikasi Massa

1. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis terdiri dari beberapa hal sebagai berikut:

a. Kepentingan (Interest)

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Sebagaimana telah diketahui bahwa komunikasi dalam komunikasi massa sangat heterogen (usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, dll). Hal ini memungkinkan setiap individu komunikasi memiliki kepentingan yang berbeda. Atas dasar kepentingan yang berbeda, maka setiap individu komunikasi akan melakukan seleksi terhadap pesan yang diinginkannya (manfaat/kegunaan).

b. Prasangka (*Prejudice*)

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau sekelompok orang lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka

c. Persepsi

pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ditentukan oleh faktor personal (fungsional): kebutuhan, pengalaman masa lalu, peran dan status. Persepsi juga ditentukan oleh faktor situasional (struktural): Jika kita ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat menilai fakta-fakta yang terpisah; kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan

d. Stereotif (*Stereotype*)

Prasangka sosial bergandengan dengan stereotif yang merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif.

Stereotif misalnya tercerminkan pada orang Batak itu berwatak keras, orang Sunda manja, dll. Apabila dalam proses komunikasi massa ada komunikan yang memiliki stereotif tertentu pada komunikatornya, maka dapat dipastikan pesan apapun tidak akan bisa diterima oleh komunikan.

e. Motivasi (*Motivation*)

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu. Motif setiap orang akan berbeda-beda ketika mendengar, melihat atau membaca informasi pada media

massa. Tanggapan setiap orang pun akan berbeda-beda pula sesuai dengan motivasinya.

2. Hambatan Sosiokultural

Hambatan sosiokultural terdiri dari:

a. Aneka Etnik

Untuk kasus Indonesia, terdapat ribuan pula dari Sabang sampai Merauke. Satu sisi kenyataan tersebut menjadi kekayaan yang tak terhingga nilainya. Namun di sisi lain realitas tersebut menjadi salah satu faktor penghambat dalam kegiatan komunikasi massa.

b. Perbedaan Norma Sosial.

Perbedaan budaya sekaligus juga menimbulkan perbedaan norma sosial yang berlaku di masyarakat. Pada konteks seperti itu, komunikator komunikasi massa harus bersikap hati-hati, terutama dalam menyusun pesan. Dalam arti apakah pesan yang akan disampaikan tidak akan melanggar norma sosial tertentu. Komunikator perlu membekali dirinya dengan beragam pengetahuan mengenai norma sosial yang berlaku di masyarakat luas.

c. Kurang Mampu Berbahasa Indonesia.

Keragaman etnik menyebabkan keragaman bahasa yang digunakan dalam pergaulan sehari-hari. Pada gilirannya dapat menyulitkan penyebarluasan kebijakan program-program pemerintah yang dikomunikasikan melalui media massa.

d. Faktor Semantik.

Semantik adalah pengetahuan tentang pengertian atau makna kata yang sebenarnya. Hambatan semantik adalah hambatan mengenai bahasa. Hambatan semantik

dapat diakibatkan oleh tiga hal: komunikator terlalu cepat dalam berbicara, adanya perbedaan makna kata, dan adanya pengertian yang konotatif

e. Faktor Pendidikan.

Khalayak dalam komunikasi massa bersifat heterogen, salah satunya pada aspek pendidikan. Masalah akan timbul manakala komunikan yang berpendidikan rendah tidak dapat mencerna pesan komunikasi massa secara benar karena keterbatasan daya nalar dan daya tangkapnya.

f. Faktor Mekanis.

Faktor mekanis merujuk kepada berbagai hambatan pada komunikasi massa yang disebabkan oleh terganggunya peralatan. Pada TV misalnya, antena kurang dapat menangkap sinyal gelombang elektromagnetik, warna tidak jelas, layar banyak semutnya, dll. Pada radio, misalnya suara yang tidak jelas (putus-putus, dll). Pada surat kabar dan majalah, misalnya huruf tidak jelas, salah pemotongan kata, sambungan berita yang tidak akurat, dll.

3. Hambatan Interaksi Verbal

a. **Polarisasi**

Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem, seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, pandai atau bodoh, dll. Kita mempunyai kecenderungan kuat untuk melihat titik-titik ekstrem dan mengelompokkan manusia, objek, dan kejadian dalam bentuk lawan kata yang ekstrem. Sementara banyak juga orang-orang berada pada titik tengah-tengah dari keekstriman tersebut. Seandainya komunikator maupun komunikan melihat seperti itu maka

sudah dapat dipastikan di antara keduanya selalu akan terjadi sikap apriori. Padahal pada konteks tersebut dibutuhkan komunikator dan komunikan yang bersikap netral

b. Orientasi Intensional

Orientasi Intensional mengacu kepada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi intensional terjadi bila kita bertindak seakan-akan label adalah lebih penting daripada orangnya sendiri. Dalam proses komunikasi massa, orientasi intensional biasanya dilakukan oleh komunikan terhadap komunikator, bukan sebaliknya. Misalnya, seorang presenter yang berbicara di layar TV, kebetulan wajah presenter tersebut kurang menarik, maka biasanya komunikan akan intensional menilainya sebagai tidak menarik sebelum mendengar apa yang dikatakannya. Cara mengatasinya yaitu dengan cara ekstensionalisasi, yaitu dengan memberikan perhatian utama kita pada manusia, benda atau kejadian-kejadian di dunia ini sesuai dengan apa yang kita lihat.

c. Evaluasi Statis

Pada suatu ketika kita melihat seorang komunikator X berbicara melalui pesawat TV. Menurut persepsi kita, cara berkomunikasi dan materinya tidak baik, sehingga kita membuat abstraksi tentang komunikator tersebut tidak baik. Evaluasi kita tentang komunikator tersebut bersifat statis (tidak berubah). Akibatnya, mungkin selamanya kita tidak akan mau menonton atau mendengar komunikator tersebut. Padahal sangat mungkin gaya komunikator tersebut berubah menjadi lebih baik dan menarik

d. Indiskriminasi

Indiskriminasi terjadi bila komunikasikan memusatkan perhatian kepada kelompok orang, benda atau kejadian dan tidak mampu melihat bahwa masing-masing bersifat unik atau khas dan perlu diamati secara individual. Indiskriminasi merupakan bagian dari stereotif (sikap generalisasi). Dalam indiskriminasi, jika komunikasikan dihadapkan dengan seorang komunikator, reaksi pertama komunikasikan itu adalah memasukan komunikator ke dalam kategori tertentu, mungkin menurut suku, agama, dll. Misalnya orang Solo cenderung berwatak lemah lembut. Cara untuk menghilangkan indiskriminasi yaitu dengan cara memandang seseorang secara individual.

Dalam menyampaikan berita terutama melalui media massa, komunikator harus memperhatikan nilai dan norma yang ada dalam lingkungannya. Di Indonesia hal-hal tersebut telah di atur dalam kode etik jurnalistik dan undang-undang penyiaran. Islam juga memiliki nilai-nilai agar bijak dalam bermedia. Salah satunya adalah fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bermedia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits.

1). Prinsip Kejujuran

حديث عبد الله بن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قل : إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صَدِيقًا. وَإِنَّ الْكَيْدَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى التَّارِ. وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا.

Artinya: "Abdullah Ibnu Mas'ud berkata bahwa Nabi SAW bersabda, "Sesungguhnya benar (jujur) itu menuntun kepada kebaikan, dan

kebaikan itu menuntun ke surga, dan seseorang itu berlaku benar sehingga tercatat di sisi Allah sebagai seorang yang siddiq (yang sangat jujur dan benar). Dan dusta menuntun kepada curang, dan curang itu menuntun ke dalam neraka. Dan seorang yang dusta sehingga tercatat di sisi Allah sebagai pendusta.”(HR. Muslim)

2). Prinsip Kesopanan

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ،

Artinya: “Dari Abu Hurairah radhiallahuanhu, sesungguhnya Rasulullah shallallahu`alaihi wa sallam bersabda, «Siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir hendaklah dia berkata baik atau diam” (HR. Bukhari Muslim)

Disisi lain, dalam menerima berita setiap orang harus memastikan kebenaran dari informasi yang diterima. Ia harus mengetahui dengan pasti siapa yang menyebarkan berita tersebut, untuk apa disebar, kesesuaian dengan sumber lain dan sebagainya. Komunikan media diharapkan memiliki kemampuan literasi media. Rubin (2007) menjelaskan tiga definisi mengenai literasi media. *Pertama*, definisi pertama menyebutkan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan. *Kedua*, adalah pengetahuan tentang bagaimana fungsi media dalam masyarakat. *Ketiga*, pemahaman akan batasan-batasan budaya, ekonomi, politik dan teknologi terhadap kreasi, produksi dan transmisi pesan.

Dengan literasi media diharapkan masyarakat dapat membedakan konten media yang bermanfaat dan yang menimbulkan mudharat bagi kehidupannya.

Sebagaimana dijelaskan didalam surat Yunus ayat 106 berikut ini:

وَلَا تَدْعُ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَا يَضُرُّكَ فَإِنْ فَعَلْتَ فَإِنَّكَ إِدَا مِنَ الظَّالِمِينَ

Artinya: "Dan janganlah kamu menyembah apa-apa yang tidak memberi manfaat dan tidak pula memberi mudarat kepadamu selain Allah, sebab jika kamu berbuat yang demikian itu, maka sesungguhnya kamu kalau begitu termasuk orang-orang yang zalim". (Q.S. Yunus:106).

Dari ayat diatas hendaknya kita berpegang teguh secara langsung pada ajaran yang benar, ajaran yang jauh dari segala bentuk penyimpangan. Orang-orang yang berakal akan bekerja untuk memperoleh keuntungan, atau menjauhkan diri dari bahaya.

West and Turner mengemukakan bahwa literasi media merupakan filter atas dampak yang ditimbulkan media. Dengan ini diperlukanya tahapan literasi media komunikasi sebagai berikut:

a. Kemampuan Mengakses Media

Kemampuan Mengakses Media Massa Konvensional dan Media Baru. Mengakses yang digunakan bisa dimaknai sebagai kemampuan khalayak dalam mencari, mendapatkan, dan mengumpulkan informasi. Akses didefinisikan baik sebagai akses secara fisik maupun pada kemampuan untuk menggunakan berbagai macam bentuk media. Akses media saat ini bukan lagi hambatan, apalagi untuk khalayak yang tinggal di perkotaan. Akses terhadap media dapat di temukan kapan saja dan dimana saja.

b. Kemampuan Menganalisis Media

Analisis merupakan kemampuan yang dapat membantu seseorang dalam menjelaskan bentuk pesan, struktur, segmen, dampak pesan, dan lain sebagainya. Analisis berkaitan dengan kemampuan untuk mencari, mengubah, dan memilih informasi disesuaikan dengan kebutuhan individu. Analisis merupakan aspek kompetensi personal lainnya selain kemampuan mengakses. Kemampuan ini lebih kepada melihat dari pemahaman kritis pengguna media. Sisi ini lebih melihat dan menekankan kemampuan pemahaman dan interpretasi wanita karir dalam melihat, membaca dan mendengarkan produk media yang tersaji.

c. Kemampuan Mengevaluasi Media

Evaluasi adalah kemampuan untuk menghubungkan antar pesan media yang diterima dengan pengalaman. Mengevaluasi informasi berdasarkan parameter, seperti kebenaran, kejujuran, dan kepentingan dari produsen pesan. Jadi, dengan mengevaluasi menyadarkan bahwa khalayak tetap memiliki hak prerogatif dalam memaknai pesan media untuk dirinya sendiri. Konsep evaluasi juga dianjurkan dalam islam yang dikenal dengan istilah tabayun, sebagaimana firman allah dibawah ini;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ آتَى
إِلَيْكُمْ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ
كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلُ فَمَنْ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا
تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu pergi (berperang) di jalan Allah, maka lakukanlah tabayun (telitilah) dan janganlah

kamu mengatakan kepada orang yang mengucapkan "salam" kepadamu: "Kamu bukan seorang mu'min" (lalu kamu membunuhnya), dengan maksud mencari harta benda kehidupan di dunia, karena di sisi Allah ada harta yang banyak. Begitu jugalah keadaan kamu dahulu lalu Allah menganugerahkan ni'mat-Nya atas kamu, maka telitilah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan." (Al-Qur'an, Surah An-Nisa, Ayat 94).

Dari ayat diatas dapat kita pahami bahwa ketika kita mendapatkan informasi hendaklah mencari kejelasan hakekat dari suatu informasi dengan teliti, seksama dan hati-hati (tidak tergesa-gesa).

d. Content Creation

Memproduksi pesan sebagai bagian dari kreativitas pesan adalah kemampuan seseorang menyusun pesan atau ide dengan kata-kata, suara, atau gambar secara efektif sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu komunikasi. Menciptakan media berkaitan dengan produksi dan distribusi isi media, juga berkaitan dengan kompetensi komunikatif. Dalam Islam terdapat anjuran untuk melakukan content creation dengan cara yang tepat, yakni memproduksi, mendistribusi, dan menyampaikan pesan menyesuaikan dengan bahasa dan tingkat pemahaman komunikan. Hal ini sebagaimana terdapat dalam hadits NABI Muhammad SAW berikut ini:

حَدَّثَنِي أَبُو طَاهِرٍ، وَحَرَمَلَةُ بْنُ يَحْيَى، قَالَا: أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ، قَالَ:
أَخْبَرَنِي يُونُسُ، عَنِ ابْنِ شَهَابٍ، عَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عْتَبَةَ،
أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ مَسْعُودٍ، قَالَ: مَا أَنْتَ بِمُحَدِّثٍ قَوْمًا حَدِيثًا، لَا تَبْلُغُهُ
عُقُولُهُمْ، إِلَّا كَانَ لِبَعْضِهِمْ فِتْنَةٌ

Artinya: “Dan telah menceritakan kepadaku Abu Thaahir dan Harmalah bin Yahyaa, mereka berdua berkata: Telah mengkhabarkan kepada kami Ibnu Wahb, ia berkata: Telah mengkhabarkan kepadaku Yuunus, dari Ibnu Syihaab, dari ‘Ubaidullah ‘Abdillah bin ‘Utbah, bahwasannya ‘Abdullah bin Mas’uud pernah berkata: “Tidaklah engkau berbicara kepada suatu kaum dengan suatu dengan pembicaraan yang dipahami akal, melainkan akan terjadi fitnah pada sebagian mereka”. (Shahih Muslim).

Menciptakan media berkaitan dengan produksi dan distribusi isi media, juga berkaitan dengan kompetensi komunikatif.

5.5.Literasi Media Digital

Literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat. Dalam konsepsi Potter (Widyastuti, Nuswantoro, & Sidhi, 2016), usaha untuk meliterasi masyarakat berbasis digital bukan sekedar mengenalkan media digital tetapi juga menyinergikan kegiatan sehari-hari yang berujung pada peningkatan produktivitas. Menurut Sholihah literasi digital adalah upaya untuk menemukan, menggunakan maupun menyebarkan informasi secara efektif (Sholihah, 2016).

Media digital merupakan jenis gawai dalam *new media*. Menurut Dennis McQuail ada empat jenis media baru yaitu: media komunikasi antarpribadimisalnya email, media permainan

yang bersifat interaktif contohnya game, media pencari data atau informasi misalnya *search engine* di internet, dan media yang bersifat partisipasi, misalnya *chatting* di internet. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan literasi media digital adalah kemampuan dan keahlian seorang individu dalam memanfaatkan perangkat komputer, internet, dan alat-alat digital lainnya sebagai sarana penunjang aktivitas komunikasi secara optimal.

Banyak model keterampilan yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan seseorang dan kadang disebut sebagai multi literasi (Mardina, 2011). Menurut NCREL & Metiri Group kemampuan literasi adalah kecakapan yang menekankan pada kemampuan literasi yang terkoneksi satu dengan lainnya di era digital, tidak saja terbatas pada kemampuan membaca, mendengar, menulis dan berbicara secara lisan (Burkhardt et al., 2003). Literasi digital yang juga dikenal dengan literasi komputer adalah keahlian dalam menggunakan perangkat komputer, internet, dan alat-alat digital lainnya. Literasi digital merupakan upaya *to know, to search, to understand, to analyze, dan to use* teknologi digital. Beetham, Littlejohn dan McGill menyebutkan ada tujuh elemen literasi digital (JISC, 2017).

Tujuh elemen literasi digital tersebut meliputi 1). *Information literacy* adalah kemampuan mencari, mengevaluasi dan menggunakan informasi yang dibutuhkan secara efektif (Hasugian, 2008), 2). *Digital scholarship* adalah elemen yang mencakup partisipasi aktif pengguna media digital dalam kegiatan akademik untuk menjadikan informasi dari media digital tersebut sebagai referensi data, misalnya pada praktek penelitian atau penyelesaian tugas kuliah (Stefani, 2017), 3). *Learning skills* merupakan belajar secara efektif berbagai teknologi yang mempunyai fitur-fitur lengkap untuk aktivitas pembelajaran

formal maupun informal, 4). *ICT literacy* atau disebut dengan melek teknologi informasi dan komunikasi yang fokus pada cara-cara untuk mengadopsi, menyesuaikan dan menggunakan perangkat digital dan media berbasis TIK baik aplikasi dan layanannya. Media berbasis TIK yang dimaksud misalnya komputer atau LCD proyektor/power point yang telah didesain/dirancang sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan sesuai dengan pemahamannya, apalagi sudah terkoneksi dengan internet sebagai basis pembelajarannya (Budhirianto, 2016), 5). *Career and identity management* berkaitan dengan cara-cara mengelola identitas online. Identitas seseorang dapat diwakili oleh sejumlah *avatar* berbeda yang mampu melakukan hubungan dengan lebih dari satu pihak dalam waktu yang hampir bersamaan (Damayanti, Maria Nala; Yuwono, 2013), 6). *Communication and collaboration* merupakan bentuk partisipasi secara aktif untuk pembelajaran dan penelitian melalui jaringan digital, dan 7). *Media literacy* atau literasi media mencakup kemampuan kritis membaca dan kreatif komunikasi akademik dan profesional dalam berbagai media. Dengan adanya literasi media khalayak tidak mudah terperdaya oleh informasi informasi yang secara sekilas memenuhi dan memuaskan kebutuhan psikologis dan sosialnya (Rianto, 2016).

D. Tes Formatif

1. Sebutkan dan jelaskan apa saja karakteristik komunikasi massa !
2. Jelaskan efek komunikasi massa dalam ranah kognitif, afektif, dan behavioral!
3. Jelaskan tentang teori difusi inovasi dan berikan contoh yang terjadi di sekitar Anda !
4. Sebutkan dan jelaskan hambatan psikologi dalam proses

komunikasi massa !

5. Jelaskan mengapa literasi media digital penting dilakukan dan jelaskan tentang tujuh elemen literasi digital !

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian penggunaan rumusan berikut ini :

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 5.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|---------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 6

PSIKOLOGI KOMUNIKATOR

A. Deskripsi Singkat

Bab ini membahas tentang bagaimana sikap dan perilaku yang seharusnya dilakukan oleh komunikator. Psikologi komunikator menentukan berhasil tidaknya komunikasi yang dilakukan. Termasuk juga, psikologi komunikator menjadi indikator utama efektifitas sebuah proses komunikasi. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang membangun kepercayaan oleh komunikator
2. Penjelasan tentang membangun daya tarik
3. Penjelasan tentang memaksimalkan kekuatan dalam diri komunikator
4. Penjelasan tentang etika komunikator

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab psikologi komunikator, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan tentang langkah membangun kepercayaan
2. Mampu menjelaskan tentang membangun daya tarik

3. Mampu menjelaskan tentang memaksimalkan kekuatan
4. Mampu menjelaskan tentang etika komunikator

C. Pembahasan

Hubungan kita dengan orang lain akan menentukan kualitas hidup kita. Bila orang lain tidak memahami apa yang kita katakan. Itu artinya kita telah gagal dalam berkomunikasi. Dapat dikatakan, komunikasi yang kita berikan tidak efektif. Sebagai ilustrasi, suatu saat anda berada di masjid. Ketika mengendarai sepeda motor, tiba-tiba datang seorang berpakaian coklat-coklat, rapi, dan membawa peluit yang tiba-tiba menghentikan Anda. Dengan melihat penampilannya yang seperti itu, anda pasti secara spontan menyebutnya dengan Polisi. Itulah psikologi komunikator.

Artinya, ketika seorang komunikator berkomunikasi dengan komunikan yang berpengaruh tidak hanya apa yang ia katakan, tetapi juga memerlukan "penampilan" yang meyakinkan. *He doesn't communicate what he says, he communicates what he is.* Artinya ia tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan. Pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan atau menyampaikan semua pesan-pesan tersebut. Dalam psikologi komunikator unsur siapa yang berbicara lebih penting dari apa yang dibicarakan. Pesan merupakan salah satu unsur yang penting dalam berkomunikasi, sehingga makna dari pesan itu sendiri memperlancar interaksi sosial antar manusia. Sementara tujuan dari komunikasi akan tercapai bila makna pesan yang disampaikan komunikator sama dengan makna yang diterima komunikan. Maka untuk mencapai tujuan itu, pesan yang disampaikan biasanya diungkapkan melalui bahasa.

Aristoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai ethos. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan

maksud yang baik (*good sense, good moral, character, good will*). Pendapat Aristoteles ini diuji secara ilmiah 2300 tahun kemudian oleh Carl Hovland dan Walter Weiss (1951). Mereka melakukan eksperimen pertama tentang psikologi komunikator. Kepada sejumlah besar subjek disampaikan pesan tentang kemungkinan membangun kapal selam yang digerakkan oleh tenaga atom (waktu itu, menggunakan energi atom masih merupakan impian). Hovland dan Weiss menyebut ethos ini *credibility* yang terdiri dari dua unsur : *Expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh terhadap khalayak bukan saja apa yang ia katakan (pesan), tetapi penampilmannya, keadaan dirinya, cara berpakaian, model sisir rambutnya juga berpengaruh terhadap khalayak, dan sekaligus semuanya mendapat penilaian dari khalayak pada saat itu.

Dimensi ethos atau faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator, yaitu ;

- 1). Kredibilitas
- 2). Atraksi
- 3). Kekuasaan

6.1 Kepercayaan (*Credibility*)

Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. Kredibilitas itu masalah persepsi. Kredibilitas tidak ada pada diri komunikator, tetapi terletak pada diri komunikan. Selain pelaku persepsi dan topik yang di bahas, faktor situasi, dan interaksi di antara faktor juga mempengaruhi kredibilitas. Menurut (Jalaluddin, 2011:254) Kredibilitas terdiri dari beberapa komponen penting, diantaranya adalah keahlian dan kepercayaan,

- a. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Indikatornya adalah cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih.
- b. Kepercayaan adalah kesan komunikasi tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Aristoteles menyebutnya *good moral character*.

Quintilianus menulis, *A good man speaks well*; orang baik berbicara baik. Sementara itu Koehler, Anator dan Applbaum menambahkan 4 komponen kredibilitas yaitu:

- a. Dinamisme. Dinamisme bila dia dipandang sebagai orang yang bergairah, bersemangat, aktif, tegas dan berani
- b. Sosiabilitas. Sosiabilitas kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang periang dan senang bergaul.
- c. Koorientasi, kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai-nilai kita.
- d. Kharisma, sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikasi, seperti magnet-magnet menarik benda-benda disekitarnya.

Kredibilitas dalam Islam

Istilah kredibilitas berasal dari bahasa Inggris *credibility* yang menurut Oxford Dictionary bermakna "*the quality of being believable or trustworthy*" (kualitas pribadi yang dapat dipercaya). Suatu kepribadian baru dapat dipercaya atau memiliki kredibilitas apabila ia secara konstan dan konsisten selalu menjaga ucapannya selaras dengan perilaku kesehariannya. Banyak publik figur yang telah menunjukkan kredibilitasnya. Sebaliknya, tidak sedikit dari kalangan guru, ustadz, kyai dan tokoh-tokoh agama lain yang

tidak dipandang sebelah mata oleh masing-masing umatnya karena kurangnya memiliki kredibilitas. Kurangnya konsistensi antara ucapan dan perilaku kesehariannya. Jadi, kredibilitas itu tidak gratis. *It gotta be earned*. Harus dicapai melalui usaha terus menerus yang konsisten sepanjang hidup.

Dan semakin tinggi tingkat konsistensi antara ucapan dan perilaku, maka akan semakin tinggi kredibilitas orang tersebut. Rasulullah sampai mendapat gelar *al-amin* (yang dapat dipercaya atau orang yang kredibel) saat beliau masih muda dan belum menjadi Nabi dan Rasul sebab utamanya karena ucapan Rasul selalu konsisten dengan perilakunya. Ada lima unsur pokok perilaku yang harus dilakukan seorang individu untuk meningkatkan kredibilitas diri, antara lain:

- 1) **Level personal.** Memelihara diri sendiri dan keluarga (anak dan istri) untuk selalu mengikuti perintah dan menjauhi larangan Islam.

وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَاصْطَبِرْ عَلَيْهَا ۖ لَا نَسْأَلُكَ رِزْقًا ۗ نَحْنُ نَرْزُقُكَ ۗ وَالْعَاقِبَةُ لِلتَّقْوَىٰ

Artinya: "Dan perintahkanlah kepada keluargamu mendirikan shalat dan bersabarlah kamu dalam mengerjakannya. Kami tidak meminta rezeki kepadamu, Kamilah yang memberi rezeki kepadamu. Dan akibat (yang baik) itu adalah bagi orang yang bertakwa" (QS Thaha 20:132).

Inilah syarat dasar seorang komunikator: yakni memulai kebaikan dari diri sendiri

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ ۗ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: “Mengapa kamu suruh orang lain (mengerjakan) kebaktian, sedang kamu melupakan diri (kewajiban)mu sendiri, padahal kamu membaca Al Kitab (Taurat)? Maka tidaklah kamu berpikir? “(QS Al Baqarah 2:44).

- 2) **Sikap kepemimpinan.** Memosisikan diri sebagai pemimpin dan pelopor kebaikan dengan menunjukkan kepedulian pada sesama muslim salah satunya adalah dengan berusaha meningkatkan level keilmuan, keislaman dan keimanan mereka

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.(QS Ali Imron 3:110).

- 3) **Keilmuan.** Seorang komunikator yang kredibel adalah seorang yang berilmu.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ
اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu: «Berlapang-lapanglah dalam majelis», maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: «Berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang

beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(QS. Al-Mujadilah 11)

- 4) **Level sosial** dengan non-muslim. Menghormati dan mentolerir (tidak membenci) pemeluk agama lain selagi mereka tidak mengganggu kita. Bahkan jika perlu melindungi hak-hak nonmuslim yang didzalimi seperti yang ditunjukkan Rasulullah pada nonmuslim Madinah.

وَمِنْهُمْ مَّنْ يُؤْمِنُ بِهِ وَمِنْهُمْ مَّنْ لَا يُؤْمِنُ بِهِ وَرَبُّكَ أَعْلَمُ بِالْمُفْسِدِينَ.
وَإِنْ كَذَّبُوكَ فَقُلْ لِي عَمَلٍ وَلَكُمْ عَمَلُكُمْ أَنْتُمْ بَرِيئُونَ مِمَّا
أَعْمَلُ وَأَنَا بَرِيءٌ مِّمَّا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan di antara mereka ada orang-orang yang beriman kepada Al Qur’an, dan di antaranya ada (pula) orang-orang yang tidak beriman kepadanya. Tuhanmu lebih mengetahui tentang orang-orang yang berbuat kerusakan. Jika mereka mendustakan kamu, Maka Katakanlah: “Bagiku pekerjaanmu dan bagimu pekerjaanmu. Kamu berlepas diri terhadap apa yang Aku kerjakan dan akupun berlepas diri terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Yunus: 40-41).

Bentuk toleransi yang ada pada ayat ini adalah jika mendapati orang-orang yang mendustakan agama Islam, maka umat Islam tidak perlu marah, namun katakan kepadanya “Atamu amalmu dan atasku amalku karena setiap amal akan dipertanggungjawabkan.

- 5) **Memakai standar etika tinggi.** Seorang yang memosisikan diri sebagai seorang komunikator yang baik hendaknya memakai standari etika yang tinggi. Baik etika Islam maupun sosial. Quran menyebutnya dengan istilah iffah

وَلَيْسَتَعْفِيفَ الَّذِينَ لَا يَجِدُونَ نِكَاحًا حَتَّىٰ يُغْنِيَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ
 وَالَّذِينَ يَبْتِغُونَ الْكِتَابَ مِمَّا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ فَكَاتِبُوهُمْ إِنْ عَلِمْتُمْ
 فِيهِمْ خَيْرًا ۗ وَأُوهُم مِّن مَّالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ ۗ وَلَا تُكْرَهُوا فَتِيَاتِكُمْ
 عَلَى الْبِعَاءِ إِنْ أَرَدْنَ تَحَصُّنًا لِّتَبْتُّعُوا عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَمَنْ يُكْرِهِنَّ
 فَإِنَّ اللَّهَ مِنْ بَعْدِ إِكْرَاهِهِنَّ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Dan orang-orang yang tidak mampu kawin hendaklah menjaga kesucian (diri)nya, sehingga Allah memampukan mereka dengan karunia-Nya. Dan budak-budak yang kamu miliki yang menginginkan perjanjian, hendaklah kamu buat perjanjian dengan mereka, jika kamu mengetahui ada kebaikan pada mereka, dan berikanlah kepada mereka sebahagian dari harta Allah yang dikaruniakan-Nya kepadamu. Dan janganlah kamu paksa budak-budak wanitamu untuk melakukan pelacuran, sedang mereka sendiri mengingini kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan duniawi. Dan barangsiapa yang memaksa mereka, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (kepada mereka) sesudah mereka dipaksa itu”. (QS An Nur :33)

Dalam ayat lain juga disebutkan terkait menjaga kesucian diri

وَابْتَلُوا الْيَتَامَىٰ حَتَّىٰ إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِنْهُمْ رُشْدًا فَادْفَعُوا
 إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ ۖ وَلَا تَأْكُلُوهَا إِسْرَافًا وَبِدَارًا أَن يَكْبَرُوا ۗ وَمَنْ كَانَ غَنِيًّا
 فَلَيْسَتَعْفِيفٌ ۖ وَمَنْ كَانَ فَقِيرًا فَلْيَأْكُلْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ فَإِذَا دَفَعْتُمْ إِلَيْهِمْ
 أَمْوَالَهُمْ فَأَشْهِدُوا عَلَيْهِمْ ۗ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا

Artinya: “Dan ujilah anak yatim itu sampai mereka cukup umur untuk kawin. Kemudian jika menurut pendapatmu mereka telah cerdas (pandai memelihara harta), maka serahkanlah kepada mereka harta-hartanya. Dan janganlah kamu makan harta anak yatim lebih dari batas kepatutan dan (janganlah kamu) tergesa-gesa (membelanjakannya) sebelum mereka dewasa. Barang siapa (di antara pemelihara itu) mampu, maka hendaklah

ia menahan diri (dari memakan harta anak yatim itu) dan barangsiapa yang miskin, maka bolehlah ia makan harta itu menurut yang patut. Kemudian apabila kamu menyerahkan harta kepada mereka, maka hendaklah kamu adakan saksi-saksi (tentang penyerahan itu) bagi mereka. Dan cukuplah Allah sebagai Pengawas (atas persaksian itu)".(An Nisa':6).

Sikap iffah ditandai dengan kemauan yang kuat untuk menghindari perilaku yang tidak dianjurkan dalam agama dan juga sikap yang dianggap kurang baik dalam pandangan etika sosial di suatu masyarakat tertentu. Iffah juga dapat bermakna selalu berusaha menjaga martabat, kehormatan dan harga diri dengan cara selalu bersikap konsisten antara kata dan tindakan; disiplin dalam memelihara kesucian diri, berkemauan kuat menjunjung reputasi dan nama baik. Hanya dengan itu seorang komunikator akan memiliki kredibilitas dan mendapat tempat di mata orang-orang di sekitarnya. Bukan hanya di mata kawan dan lawan, tapi juga terutama dalam pandangan orang-orang yang dipimpinya.

6.2 Daya tarik (Attractiveness)

Atraksi (*attractiveness*) disebabkan oleh adanya faktor kesamaan antara komunikator dan komunikan, sehingga memungkinkan komunikan tunduk terhadap pesan yang dikomunikasikan komunikator.

- a. Daya tarik fisik** adalah salah satu yang dapat menyebabkan pihak lain (komunikan) merasa tertarik kepada komunikator. Misalnya, kita menyenangi orang-orang yang cantik atau tampan, atau mungkin kita akan menyenangi orang-orang yang memiliki banyak kesamaan dengan kita, atau mungkin juga kita akan menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan yang lebih tinggi dari kita. Hal-hal itu terkait

dengan daya tarik fisik, ganjaran, kesamaan, dan kemampuan. Komunikator yang menarik secara fisik akan memiliki daya tarik tersendiri yang memungkinkan ia memiliki pesona persuasif.

Dalam Islam penampilan fisik dicontohkan oleh Rasulullah. Secara fisik, Rasulullah juga digambarkan sebagai laki-laki yang kuat, berdada bidang, dan itu ditandakan dengan kuatnya beliau melakukan banyak ibadah, mengerjakan pekerjaan kasar laki-laki, dan bahkan ikut berperang. Tak ada pilihan terbaik dalam mencontoh penataan penampilan diri kecuali dari apa-apa yang Rasulullah ajarkan, sebagaimana terekam dalam berbagai dalil berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan". (Al-A'raf: 31)

- b. Daya tarik pun dapat dikarenakan oleh **homophily** dan heterophily di antara komunikator dan komunikan. Homophily terjadi ketika antara komunikator dan komunikan merasa ada kesamaan dalam: status sosial ekonomi, pendidikan, sikap, dan kepercayaan. Kesamaan ini menjadi daya tarik. Oleh karena itu, komunikator yang ingin memengaruhi orang lain sebaiknya memulai dengan menegaskan kesamaan antara dirinya dengan komunikan. Upaya ini dalam konteks retorika disebut "strategy of identification" ujar Kenneth Burke, atau "establishing common grounds".

Heterophily, terdapat perbedaan status ekonomi, pendidikan, sikap, dan kepercayaan antara komunikator dan komunikan. Namun demikian, komunikasi akan lebih efektif pada kondisi yang memiliki homophily. Pada kondisi homophily komunikator yang dipersepsi memiliki kesamaan dengan komunikan akan lebih efektif dalam berkomunikasi, sebab:

- 1) Kesamaan mempermudah proses penyandian balik (*decoding*), yaitu proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan.
- 2) Kesamaan membantu membangun premis yang sama. Premis yang sama mempermudah proses deduksi.
- 3) Kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator. Kita cenderung menyukai orang-orang yang memiliki kesamaan disposisional dengan kita. Karena kita menyukai komunikator maka kita cenderung akan menerima gagasan-gagasannya.
- 4) Kesamaan menumbuhkan rasa hormat dan percaya kepada komunikator.

6.3 Kekuasaan

Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan. Ketundukan timbul dari interaksi antara komunikator dan komunikan. Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator “memaksakan” kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya penting (*critical resources*). Atas dasar kekuasaan French dan Raven menyebut beberapa jenis kekuasaan, yaitu:

1. Kekuasaan Koersif (*coersive power*): menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan ganjaran atau mendatangkan hukuman bagi komunikan. Misalnya hukuman yang bersifat personal: benci atau kasih sayang.
2. Kekuasaan Keahlian (*Expert Power*): berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator. Seorang dosen memiliki kekuasaan keahlian, sehingga ia dapat menyuruh mahasiswanya menafsirkan suatu teori sesuai dengan pendapatnya.
3. Kekuasaan Informasional (*Informational Power*): berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikan. Seorang ahli komputer dapat menyarankan manajernya untuk membeli koputer jenis/ keluaran baru yang lebih baik cara kerjanya.
4. Kekuasaan rujukan (*Referent Power*): Komunikan menjadikan komunikator sebagai kerangka rujukan untuk menilai dirinya. Misalnya: menjadikan komunikator sebagai teladan, karena perilakunya yang baik.
5. Kekuasaan Legal (*Legitimate Power*): berasal dari seperangkat aturan atau norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan. Misalnya: seorang direktur bisa saja mengeluarkan pegawainya yang melanggar aturan.

Komunikator yang baik

Jika individu akan menyampaikan suatu pesan, informasi ataupun gagasan kepada individu yang lain secara baik, maka diperlukan niatan dan motivasi yang baik pula. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi antara lain

- a. Adanya kesiapan, artinya pesan atau informasi, cara penyampaian, waktu penyampaian dan salurannya harus dipersiapkan dahulu secara matang.
- b. Kesungguhan, artinya apapun bentuk dari pesan atau informasi tersebut tetap harus disampaikan secara sungguh-sungguh atau serius. Hal ini dapat dilihat dan dirasakan oleh komunikan dari bahasa Verbal maupun non-verbal
- c. Ketulusan, artinya sebelum individu memberikan informasi atau pesan kepada individu yang lain pemberi informasi harus merasa yakin bahwa apa yang akan disampaikan itu merupakan sesuatu yang baik dan memang perlu serta berguna untuk individu tersebut
- d. Kepercayaan Diri, artinya jika individu memiliki rasa percaya diri maka hal ini sangat berpengaruh pada cara penyampaiannya dan bagi penerimanya.
- e. Ketenangan, artinya sebaik apapun dan sejelek apapun yang disampaikan, individu harus bersikap tenang, tidak emosi memancing emosi penerima, karena dengan adanya ketenangan maka informasi akan lebih jelas, baik dan lancar.
- f. Keramahan, artinya bahwa keramahan ini merupakan kunci sukses dari kegiatan komunikasi, karena dengan keramahan yang tulus tanpa dibuat-buat akan menimbulkan perasaan tenang, senang dan aman bagi penerima.
- g. Kesederhanaan, artinya didalam penyampaian informasi, sebaiknya dibuat sederhana baik bahasa, pengungkapan dan penyampaiannya. Meskipun informasi itu panjang dan rumit akan tetapi kalau diberikan secara sederhana, berurutan dan lengkap maka memberikan kejelasan dan

pemahaman.

6.4 Etika Komunikator

Islam sebagai wahyu yang diberikan oleh Allah mengajarkan kepada umatnya agar mampu berkomunikasi dengan baik sesuai dengan akidah yang telah diajarkannya dengan pedoman Al Qur'an sebagai sandaran. Sebab hanya manusialah satu-satunya makhluk yang oleh Allah diberikan karunia untuk mampu berbicara. Dengan kemampuan tersebut manusia mampu dan memungkinkan untuk dapat membangun suatu hubungan sosial dengan berkomunikasi. Dalam berkomunikasi Allah telah memberikan petunjuk bagi hambanya, agar dalam berkomunikasi mereka mampu menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi yang sesuai dengan ajaran Al Qur'an dengan segenap prinsip-prinsip didalamnya dan dengan etika-etika tertentu akan menjadikan komunikasi dapat membuat komunikasi berjalan sesuai denganyang diharapkan, tujuan dalam berkommunikasi dapat tercapai, sehingga komunikasi dapat dikatakan baik. Dalam menjalankan kehidupannya, manusia memerlukan komunikasi agar proses kehidupan mereka dapat berlangsung. Manusia tidak hanya bisa berkomunikasi dengan sesamanya, namun manusia juga perlu berkomunikasi dengan tuhan nya dan berkomunikasi dengan alam semesta.

Etika adalah kesantunan atau batasan norma untuk menghormati lawan tutur atau lawan bicara. Ada tiga etika yang perlu diketahui dan dipahami oleh komunikator. Ketiga etika itu adalah menjaga konsistensi materi, bersikap jujur, dan menjaga kesantunan.

1) Menjaga Konsistensi Materi

Banyak pembicara gagal menyampaikan materi kepada pendengar karena ketidakkonsistennya. Maksudnya, pembicara suka berbicara secara serampangan atau tidak terpola. Jadi, pembicara sekadar berbicara. Maka, keasyikan berbicara itu berakibat kepada terjadinya penyimpangan materi. Etika ini terlalu sering terjadi. Kita dapat mengetahuinya dari reaksi peserta atau pendengar. Jika para pendengar itu kurang bergairah mengikuti pembicaraannya, pembicara harus cepat bersikap. Pembicara harus berintrospeksi secara spontan. Jika pembicara tidak menanggapi kondisi ini, pendengar pun akan mengasyikkan diri seraya melakukan aktivitas menyimpang dari materi. Rasulullah bersabda:

إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مِنْ رِضْوَانِ اللَّهِ لَا يُلْقَى لَهَا بَالًا ، يَرْفَعُ اللَّهُ بِهَا دَرَجَاتٍ ، وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مِنْ سَخَطِ اللَّهِ لَا يُلْقَى لَهَا بَالًا يَهْوِي بِهَا فِي جَهَنَّمَ

Artinya: «Sesungguhnya ada seorang hamba berbicara dengan suatu perkataan yang tidak ia pikirkan, lalu Allah mengangkat derajatnya disebabkan perkataan itu. Dan ada juga seorang hamba yang berbicara dengan suatu perkataan yang membuat Allah murka dan tidak pernah dipikirkan bahayanya, lalu ia dilemparkan ke dalam Jahannam.» (HR. Ahmad 8635, Bukhari 6478, dan yang lainnya)

Jika ada seseorang yang tidak menjaga lisannya maka ia bisa tergelincir ke dalam neraka Jahannam. Jadi pikirkanlah dahulu sebelum berbicara. Jika memang bermanfaat barulah berbicara. Jika tidak, hendaklah ia menahan lisannya.

2) Bersikap Jujur

Dalam sebuah diskusi, tentu akan diadakan forum atau session tanya jawab. Pada kesempatan seperti ini, pembicara sering gagap atau kurang siap menerima pertanyaan dari peserta. Pembicara bersikap demikian dapat dilihat dari cara menjawab pertanyaan yang sering berbelit-belit. Ini adalah sikap yang tidak baik. Pembicara harus bersikap jujur. Jika memang pertanyaan itu dirasa berat dan mungkin kurang pas, pembicara sebaiknya menyiasatinya dengan menunda jawaban. Pembicara dapat meminta nomor HP atau email penanya. Itu tentu lebih diapresiasi atau dihargai pendengar daripada jawaban yang berbelit-belit tadi. Pendengar itu berasal dari tataran setting yang berbeda-beda: akademisi, pengusaha, atau mungkin masyarakat awam. Jadi, pembicara tidak boleh menyamaratakan kondisi jika peserta memang bertanya.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذِبًا

Artinya: "Dari Abdullâh bin Mas'ud Radhiyallahu anhu, ia berkata: «Rasûlullâh Shallallahu alaihi wa sallam bersabda, «Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai orang yang jujur".

3) Menjaga Kesantunan

Pembicara itu dapat diibaratkan sebagai penjual suara. Kalau suaranya berkualitas, tentu pendengar pun akan membelinya. Pengertian kualitas tentu berdasarkan isi, teknik, dan kesan pendengar. Namun, kesan pendengar harus mendapat prioritas pembicara. Hal ini karena pendengar memperhatikan semua tingkah dan sikap serta kesantunan pembicara tersebut. Agar dapat meninggalkan kesan positif dan mendalam, sebaiknya pembicara bersikap santun. Kesantunan dapat dimulai dari sikap ramah ketika berbicara. Dapat pula dilakukan ketika berpakaian. Dan dapat pula dilakukan ketika menjawab pertanyaan. Banyak pembicara kurang memperhatikan etika. Maka, wajar-wajar saja pendengar bersikap acuh dan tidak memperhatikannya. Ketika mengawali pembicaraan, sebaiknya pembicara menyapa dengan salam, memperkenalkan diri, dan hantarkan isi secara sistematis. Ketika berpakaian, hendaknya pembicara mengenakan baju yang pantas dan santun. Ketika menjawab pertanyaan, pembicara perlu menyampaikan ucapan terima kasih. Setelah itu, pembicara menjawab pertanyaan itu secara logis dan proporsional.

Perintah berbicara secara santun telah diterangkan dalam Al-Qur'an:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: "maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar dan takut".(QS. Thaha: 44)

Berbicara dengan lemah lembut merupakan prinsip Al-Quran tentang kesantunan berbahasa. Berdasarkan tafsir ayat di atas, kesantunan bahasa yaitu dengan lemah lembut kepada sasaran manusia sekalipun mereka mengingkari Allah SWT. Arahan ini memang jelas agar kita menyampaikan pesan dakwah selaku tanggungjawab kita sebagai khalifah Allah SWT.

Prinsip bercakap dengan lemah lembut ini juga ditegaskan dalam ayat al-Quran :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "Maka diseb

abkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (QS. Ali-Imran: 159)

Ketika menghuraikan ayat ini, Abdul Aziz Mohd Zin dalam bukunya Psikologi Dakwah menjelaskan bahawa dakwah mesti dilakukan dalam keadaan menjinakkan sasaran dengan tutur kata yang lemah lembut dan menjauhi sikap kasar kepadanya. Lemah lembut dalam pertuturan dan tindakan bermaksud elok percakapan, halus budi pekerti, baik hati

dan menghormati seseorang. Jika kita mengambil pengajaran daripada prinsip ini kita mestilah berbahasa dengan baik, mementingkan mesej dan nasihat serta menghormati teman bertutur.

Jika pembicara sudah mampu menjaga ketiga etika di atas, pendengar akan memberikan beragam reaksi apresiasi.

D. Tes Formatif

1. Sebutkan dan jelaskan unsur penting untuk membangun kredibilitas komunikatormenurut perspektif Islam !
2. Sebutkan dan jelaskan daya tarik apa saja yang harus dimiliki komunikator dalam membangun komunikasi yang efektif !
3. Sebutkan jenis kekuatan yang dapat menjadikan seorang komunikator dapat mempengaruhi komunikannya !
4. Sebutkan dan jelaskan etika yang harus dimiliki kounikator dalam melakukan komunikasi !

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian penggunaan rumusan berikut ini :

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|-------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |

| | |
|---------|---------------|
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

BAB 7

PSIKOLOGI PESAN

A. Deskripsi Singkat

Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. Pesan adalah inti utama komunikasi. Tanpa pesan, tidak akan terjadi proses komunikasi. Karena pesan termasuk salah satu unsur penting dalam komunikasi. Materi yang terdapat dalam pokok bahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang pesan verbal
2. Penjelasan tentang pesan non verbal
3. Penjelasan tentang organisasi, struktur, dan imbauan pesan

B. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari bab psikologi pesan, mahasiswa diharapkan:

1. Mampu menjelaskan tentang pesan verbal
2. Mampu menjelaskan tentang pesan non verbal
3. Mampu menjelaskan tentang organisasi, struktur, dan

imbauan pesan

C. Pembahasan

7.1 Pesan Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan *dimiliki bersama*, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya.

Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti. Tatabahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

a. Fungsi Bahasa.

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005), bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (naming atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi.

- 1) Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
- 2) Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
- 3) Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

- 1) Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
- 2) Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
- 3) Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan

kita, dan tujuan-tujuan kita.

b. Keterbatasan Bahasa:

- 1). Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek.

Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dsb.

- 2). Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.

Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula. Kata *berat*, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam. Misalnya: tubuh orang itu *berat*; kepala saya *berat*; ujian itu *berat*; dosen itu memberikan sanksi yang *berat* kepada mahasiswa yang nyontek.

- 3). Kata-kata mengandung bias budaya.

Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama.

Misalnya kata *awak* untuk orang Minang adalah **saya** atau **kita**, sedangkan dalam bahasa Melayu (di Palembang dan Malaysia) berarti **kamu**. Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut *isomorfisme*. *Isomorfisme* terjadi bila komunikasi-komunikasi berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada *isomorfisme* total.

4). Percampuranadukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Contoh: apa yang ada dalam pikiran kita ketika melihat seorang pria dewasa sedang membelah kayu pada hari kerja pukul 10.00 pagi? Kebanyakan dari kita akan menyebut orang itu sedang *bekerja*. Akan tetapi, jawaban sesungguhnya bergantung pada: Pertama, apa yang dimaksud *bekerja*? Kedua, apa pekerjaan tetap orang itu untuk mencari nafkah? ... Bila yang dimaksud *bekerja* adalah melakukan pekerjaan tetap untuk mencari nafkah, maka orang itu memang sedang bekerja. Akan tetapi, bila pekerjaan tetap orang itu adalah sebagai dosen, yang pekerjaannya adalah membaca, berbicara, menulis, maka membelah kayu bakar dapat kita anggap bersantai baginya, sebagai selingan di antara jam-jam kerjanya.

Ketika kita berkomunikasi, kita menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

7.2 Pesan Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

a. Klasifikasi pesan nonverbal.

Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. **Pesan kinesik.** Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
2. **Pesan fasial** menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat,

ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut: a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk; b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan; c. Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi; d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.

3. **Pesan gestural** menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
4. **Pesan postural** berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah: a. Immediacy yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif; b. Power mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah; c. Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.
5. **Pesan proksemik** disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
6. **Pesan artifaktual** diungkapkan melalui penampilan

tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.

7. **Pesan paralinguistik** adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
 8. **Pesan sentuhan dan bau-bauan.** Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan –menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.
- b. Fungsi pesan nonverbal.

Mark L. Knapp (dalam Jalaludin, 1994), menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:

- 1) **Repetisi**, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.
- 2) **Substitusi**, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-

anggukkan kepala.

- 3) **Kontradiksi**, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda 'memuji' prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata "Hebat, kau memang hebat."
- 4) **Komplemen**, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.
- 5) **Aksentuasi**, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

Sementara itu, Dale G. Leathers (1976) dalam *Nonverbal Communication Systems*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan. Yaitu:

- a. Factor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatamuka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lainpun lebih banyak 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.
- b. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.
- c. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
- d. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya

memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.

- e. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abtraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.
- f. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

7.3 Organisasi, Struktur, dan Imbauan Pesan

a. Organisasi Pesan

Dalam kajian ilmu retorika ada beberapa cara menyusun pesan –mengikuti pola yang disarankan Aristoteles. Retorika mengenal enam macam organisai pesan, yaitu: *deduktif*, *induktif*, *kronologis*, *logis*, *spasial*, dan *topikal*. Urutan deduktif dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama, kemudian memperjelasnya dengan keterangan penunjang, penyimpulan, dan bukti. Sebaliknya, dalam urutan induktif kita mengemukakan perincian-perincian dan kemudian menarik kesimpulan.

Dengan urutan kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa; dengan urutan logis, pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab; dengan urutan spasial, pesan disusun berdasarkan tempat; sedangkan

urutan topikal, pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan: klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dari yang dikenal kepada yang asing.

Sesudah urutan pesan-pesan di atas, psikologi komunikasi menambahkan lagi satu urutan yang boleh disebut sebagai urutan *psikologis*. Urutan yang paling terkenal dan yang paling dahulu dikemukakan oleh Alan H. Monroe. Urutan ini kemudian disebut "*motivated sequence*", menyarankan lima langkah dalam penyusunan pesan; 1) *attention* (perhatian), 2) *need* (kebutuhan), 3) *satisfaction* (pemuasan), 4) *visualization* (visualisasi), dan 5) *action* (tindakan).

b. Struktur Pesan

Dengan mengutip hasil penelitian dari J.W. Koehler, ada beberapa tahapan untuk meminimalisir problematika yang dialami mubaligh tersebut, yaitu:

- 1) Bila pembicara menyajikan dua sisi persoalan (yang pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena berbagai kondisi (waktu, khalayak, tempat dan sebagainya) akan menentukan pembicara yang paling berpengaruh.
- 2) Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argumen, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka. Sikap nonkompromistis ini mungkin timbul karena kebutuhan untuk mempertahankan harga diri. Mengubah posisi akan membuat orang kelihatan tidak konsisten, mudah dipengaruhi dan bahkan tidak jujur.
- 3) Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, kita biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan terlebih

dahulu. Jika ada kegiatan di antara penyajian, atau jika kita diperingatkan oleh pembicara tentang kemungkinan disesatkan orang, maka apa yang dikatakan terakhir lebih banyak memberikan efek. Jika pendengar tidak tertarik pada subjek pembicaraan kecuali *setelah* menerima informasi tentang hal itu, mereka akan sukar mengingat dan menerapkan informasi tersebut. Sebaliknya, jika mereka sudah tertarik pada suatu persoalan, mereka akan mengingatnya baik-baik dan menerapkannya.

- 4) Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang diterima disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki. Jika pada awal penyajian, komunikator menyampaikan gagasan yang menyenangkan kita, kita akan cenderung memperhatikan dan menerima pesan-pesan berikutnya. Sebaliknya, jika ia memulai dengan hal-hal yang tidak menyenangkan kita, kita akan menjadi kritis dan cenderung menolak gagasan berikutnya, betapapun baiknya.
- 5) Urutan *pro-kon* lebih efektif daripada urutan *kon-pro* bila digunakan oleh sumber yang memiliki otoritas dan dihormati oleh khalayak.
- 6) Argumen yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangkang waktu cukup lama di antara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

c. **Imbauan Pesan**

- 1) *Imbauan Rasional*; didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk sosial yang baru bereaksi pada imbauan emosional, apabila imbauan rasional tidak ada. Menggunakan imbauan rasional artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-

bukti. Imbauan rasional ini berhubunga dengan strategi *framing*. Kekuatan pesan dalam memilih fakta-fakta yang dipahami oleh khalayak.

- 2) *Imbauan Emosional*; menggunakan pernyataan-pernyataaan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate. Sudah lama diduga bahwa kebanyakan tindakan manusia lebih berdasarkan emosi daripada sebagai hasil pemikiran. Misalnya, bila mubaligh atau da'i ingin menjelaskan kekuatan di dalam diri seseorang lemah, maka mad'u diajak bernyanyi.
- 3) *Imbauan Takut*; menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan. Da'i atau mubaligh mengajak orang tua agar anaknya dilatih keuatan komunikasi di dalam diri, sehingga kemanapun ia pergi memiliki akar dan fondasi di dalam diri. Anak tersebut tidak mudah diajak orang lain. Imbauan pesan melatih takut kepada Allah swt. Apalagi kekuatan dakwah *fardiyah* di keluarga berjalan baik.
- 4) *Imbauan Ganjaran*; menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikan pada sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan. Mubaligh atau da'i memberikan manfaat-manfaat kekuatan dakwah *dzatiyah* dan manfaat dakwah *fardiyah* sehingga, orang tua menerapkan di rumahnya masing-masing.
- 5) *Imbauan Motivasional*; mengguanakan imbauan motif (*motif appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia. Dengan menggunakan berbagai mazhab psikologi, kita dapat mengklasifikasikan motif pada dua kelompok besar: *motif biologis* dan *motif psikologis*. Manusia bergerak bukan saja didorong oleh kebutuhan biologis seperti lapar dan dan

dahaga, tetapi juga karena dorongan psikologis seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan kasih sayang, dan keinginan untuk memuja.

$$\text{Nilai Anda} = \frac{\text{Jawaban yang benar}}{\text{Jumlah soal}} \times 100$$

D. Tes Formatif

1. Jelaskan yang dimaksud dengan pesan verbal dan apa fungsinya?
2. Sebutkan dan jelaskan klasifikasi pesan non verbal !
3. Jelaskan apa yang dimaksud organisasi, struktur, dan imbauan pesan!

E. Umpan Balik

Cek jawaban Anda benar atau salah, kemudian gunakan rumusan berikut ini :

Dengan asumsi standar penilaian sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tabel Nilai Umpan Balik

| Nilai | Keterangan |
|----------|---------------|
| 91 - 100 | Sangat Baik |
| 81 - 90 | Baik |
| 71 - 80 | Cukup |
| 51 - 70 | Kurang |
| < 50 | Sangat Kurang |

DAFTAR PUSTAKA

- Alan H. Monroe. 1962. *Principles and Types of Speech*. New Jersey: Scott Foresman and Co.
- Al-Kasyani, Abdur Raziq. 1984. *Ishthalahat ash-Shufiyyah*, (Kairo, Dar al-Ma'arif, 1984).
- An-Nabani, Taqyuddin. 1973. *At-Taftkir*; cetakan pertama
- Arbi, Armawati. 2012. *Psikologi Komunikasi Dan Tabligh*. Jakarta: Amzah
- Arbi, Armawati. 2012. *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*. Jakarta: Amzah
- Asrori, Mohammad. 2009. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: CV Wacana Prima
- Cangara, Havied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Chaplin, J.P. 2006. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Dakir. 1993. *Dasar-Dasar Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Devito, Joseph A. 1977. *Komunikasi Antar Manusia : Kuliah Dasar, Edisi V. Penterjemah: Agus Maulana*. Jakarta: Profesional Books, Jakarta.
- Edwards, Paul (ed.), 1972. *The Encyclopedia of Philosophy*, Vol. V, edisi 2. New York: Collie McMillan Publishing Company.
- Effendy, Onong Uchana 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Fani, Ahmad; Fatkhan Nasrulloh; Furi Ratna Sari. 2012. Makalah Persepsi dalam Tinjauan Islam.
- Fatwa MUI. No 24 Tahun 2017 *Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial*, <http://mui.or.id>. Akses 13 Mei 2018
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Penerj: Soejono Trimo. Bandung: Remaja Karya.
- Gazalba, Sidi. 1992. *Sistematika Filsafat*, Cetakan ke-1. Jakarta: Bulan Bintang.
- Hasbullah, Moeflich (ed.). 2000. *Gagasan dan Pedebatan Islamisasi Ilmu Pengetahuan Jakarta: Cidesindo*.
- Hasugian, J. (2008). *Urgensi Literasi Informasi dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi di Perguruan Tinggi*. Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan Dan Informasi, 4(2), 34–44
- Hoodbhoy, Pervez. 1996. *Islam and Science, Religious Orthodoxy and The Beattle for Rationality*, edisi Indonesia terjemahan Saria Meutia. Bandung: Mizan
- Horton, Paul, B. dan Chester L. Hunt. 1989. *Sosiologi*, Alih Bahasa Aminudin Ram dan Tita Sobari. Bandung: Erlangga.
- Ibnu Katsir, Tafsir Ibnu Katsir, jilid 7, Juz 26.
- Icha. 2011. Psychology. <http://chatifanaima.blogspot.com/2011/11/pengertian-persepsi.html>, diakses pada tanggal 12 Mei 2018
- Inda, Fitryarini. *Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*. dalam Jurnal Komunikasi, Vol. 8, 2016. p. 59
- Irwanto, dkk. 1991. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail, MM. 1958. *Al-Fikru al-Islamy* (Beirut: Maktab al-Wa'ie)
- Israwati, Suryadi. 2013. *Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi Dalam Pendidikan Literasi Media Pada Remaja*. Dalam jurnal

- ACADEMICA Fisip Untad. 2013.p.997
- J.W. Koehler (et.all). 1978. *Public Communication: Behavioral Perspective*, New York: Macmillan Publishing Co.
- Jhi, Amri. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia
- ISC. (2017). *Developing digital literacies* | Jisc.
- John, Little & Stephen W. 1983, *Theories of Human Communication. Second Edition*. Wadworth Publishing Company. California.
- Karlinah, Siti. 1999. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbitan
- Kartono, Kartini. 1996. *Psikologi Umum*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Kerlinger, Fred N. 1992. *Azas-Azas Penelitian Behavioral, terjemahan Landung R. Simatupang*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Kincaid, D. Lawrence & Wilbur Scramm. 1987. *Asas-Asas Komunikasi Antar Manusia, Penerj Agus Stiadi*. Jakarta: LP3ES-East west Communication Institute.
- Kuhn, Thomas S. 2002. *The Structure of Scientific Revelation, Peran Paradigma dalam Revolusi Sains, terjemahan Tjun Surjaman*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kunczik, Michael. 1986. *Communication and Social Change* (Bon: Friedrich-Ebert-Stiftung
- Kuntowijoyo. 2004. *Islam sebagai Ilmu, Epistemologi, Metodologi dan Etika*. Jakarta: Teraju.
- Laksana, Muhibudin Wijaya. 2015. *Psikologi Komunikasi: Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Interaksi Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Marliany, Rosleny. 2010. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.

- Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, Saba' Taufiq. 1977. *Nufus wa Durus fi Ifthar at-Tashwir al-Qur'ani*,
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Najati, Muhammad Utsman. 2004. *Psikologi dalam Perpektif Hadits, terj. Zaenuddin Abu Bakar, dkk*. Jakarta: Pustaka.
- Rivers, William R. Rivers at.al., 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media.
- Robbins, Stephen P., 1996. *Perilaku Organisaai : Konsep, Kontroversi, aplikasi, edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT. Prenhalindo,
- Shaleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Stephen W. Littlejohn Karen A. Foss, (Editors) *Encyclopedia of Communication Theory*, university of New Mexico SAGE Publications, Inc.2455 Teller Road Thousand Oaks, California 91320
- Suciati. 2015. *Komunikasi Interpersonal Sebuah Tinjaun Psikologis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Suriasumantri, Jujun S. 1988. *Filsafat Ilmu, Sebuah Pengantar Populer*. Jakarta: Gramedia
- Suriasumantri, Jujun S. 1991. "Mencari Alternatif Pengetahuan Baru", dalam A.M. Saefuddin et.al., *Desekularisasi Pemikiran*. Bandung: Mizan.

- Toha, Miftah. 2003. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Tufiq, Muhammad Izzuddin. 2006. *Panduan Lengkap dan Praktis Psikologi Islami*. Jakarta : Gema Insani.
- UIN SGD Bandung. 2012. *Psikologi Islami: (Sebuah pendekatan Alternatif terhadap Teori-Teori Barat)*.
- Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- West, Richard.2008.*Pengantar Teori Komunikasi, analisis dan aplikasi edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Winardono, S. 2006. *Matikan TV Mu Teror Media Televisi di Indonesia*. Yogyakarta : Resist Book.