

# GAYA BERKOMUNIKASI

Erna Febriani, S.SI, M.Si



# Let's talk

## 1. KOMUNIKASI DAN ILMU KOMUNIKASI

*Manusia tidak bisa tidak berkomunikasi!*

Objek ilmu pengetahuan dapat dibedakan atas objek material dan objek formal. Objek material adalah objek dari mana ilmu pengetahuan dalam bidang yang sama diamati, sedangkan objek formal adalah sudut dari mana objek material dikaji secara lebih spesifik (Poedjawijatna, 1983). Dilihat dari objek materialnya, ilmu komunikasi berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial, yakni tindakan manusia; bukan manusianya, karena manusia dari segi wujudnya dikaji oleh ilmu-ilmu alam, misalnya ilmu kedokteran. Jadi sekali lagi ditegaskan, objek material ilmu komunikasi – sama seperti sosiologi atau antropologi yang berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial – adalah tindakan manusia. Sedangkan objek formal ilmu komunikasi adalah tindakan manusia dalam hal penyampaian pesan kepada sesama manusia.

## 2. HAKIKAT KOMUNIKASI

Coba cermati tujuh kasus di bawah ini. Manakah yang merupakan objek kajian ilmu komunikasi?

1. Suatu malam anda berdoa, “Ya, Allah, maafkanlah segala kesalahan Ibu dan Ayahku...”
2. Anda berkata pada kucing kesayangan, “Pus, mari sini, biar aku elus.” Kucing itu sambil mengibas ekor datang menghampiri.
3. Anda berkata kepada rumput yang bergoyang, “Sampaikan salamku kepadanya.”
4. Anda berkata kepada boneka kesayangan, “Tunggu sebentar ya, saya mau mandi...”
5. Suatu hari Anda berkunjung ke kuburan kakek. Sambil menabur bunga, lirik anda berkata, “Kakek, jika selama hidup cucumu selalu membuatmu kesal, maafkanlah...”

6. Anda berkata kepada seorang teman, “Wah, maaf, kemarin saya lupa menelepon.”
7. Anda mengunjungi teman di RS Jiwa Grogol, “Hai, Kawan, apa kabar?” Dan kawan anda tersenyum-senyum sendiri.

Ketika saya melempar tujuh pertanyaan itu di kelas, jawaban mahasiswa sangat beragam. Tapi umumnya mereka meragukan bahwa berbicara dengan boneka kesayangan dan berbicara dengan tumbuhan sebagai peristiwa komunikasi. Namun, tidakkah untuk mengurangi stres, konon dokter menganjurkan kita berkebun dan berbicara dengan tanaman?

“Kalau begitu,” saya bertanya, “dapatkah peristiwa ini disebut komunikasi juga?”

“Tidak! Karena tidak ada *feedback*,” kata sebagian mahasiswa.

“Tidak ada interaksi,” tukas sebagian lainnya.

Tapi, benarkah fenomena komunikasi menuntut adanya interaksi? Apakah *feedback* mutlak ada dalam komunikasi? Hakikatnya, seluruh fenomena dalam tujuh kasus di atas adalah komunikasi. Karena, **komunikasi** adalah tentang penyampaian pesan. Selama ada pesan yang disampaikan, itu adalah komunikasi. Masalahnya, tidak semua peristiwa penyampaian pesan adalah objek kajian ilmu komunikasi.

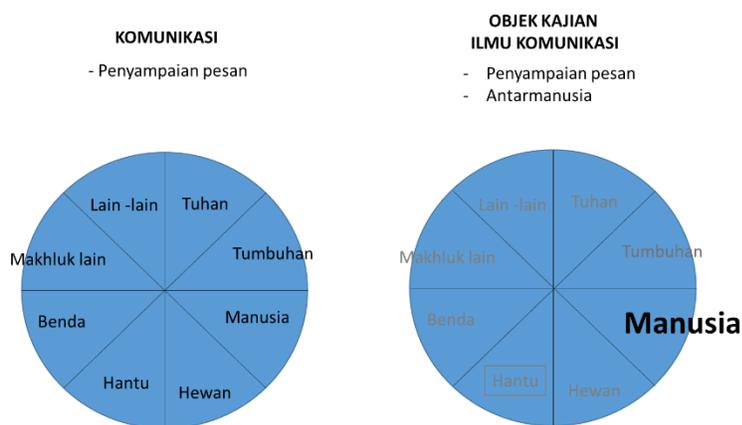
### 3. HAKIKAT OBJEK ILMU KOMUNIKASI

Dalam kurikulum perkuliahan program studi ilmu komunikasi yang anda ikuti, adakah materi yang mengajarkan teknik penyampaian pesan agar citra anda baik di mata Tuhan? Adakah matakuliah yang mengkaji teknik menyampaikan iklan kepada hewan? Atau, adakah materi yang membuat anda menjadi ahli dalam berkomunikasi dengan rumput yang bergoyang?

*Tidak ada, bukan?!*

Jika anda ingin belajar menyampaikan pesan kepada sesama manusia, datanglah ke kampus dan masuklah ke program studi ilmu komunikasi. Di sini anda bisa mempelajari pengetahuan dan ilmu tentang penyampaian pesan antarmanusia; baik untuk tujuan jurnalistik, hubungan masyarakat, periklanan, komunikasi pemasaran, atau penyiaran.

Gambar: Objek Kajian Ilmu Komunikasi



Khusus kasus nomor 7 di atas – yaitu ketika anda mengunjungi teman di RS Jiwa Grogol dan menyapanya sementara ia tersenyum-senyum sendiri – walau terjadi penyampaian pesan antarmanusia, namun bukan

objek kajian ilmu komunikasi. Jika ingin mempelajari bagaimana cara menyampaikan pesan kepada manusia yang akal budinya sedang bermasalah, sebaiknya anda masuk ke program studi psikologi.

Artinya, **ontologi ilmu komunikasi** adalah tentang penyampaian pesan antarmanusia. Dimana manusia yang dimaksud harus sehat akal budinya. Jika akal budi manusianya sedang bermasalah, walaupun ada pesan yang disampaikan, ini berada di luar ontologi ilmu komunikasi.

Sehatnya akal budi memang penentu ontologi, keberadaan suatu objek; bukan hanya ilmu komunikasi. Dalam Islam, misalnya, jika akal budi bermasalah, lepaslah keber-*ada*-annya dalam tanggung jawab selaku muslim: tidak lagi wajib melaksanakan shalat atau puasa. Dalam ilmu hukum, jika akal budi bermasalah, maka manusia pelakunya berada di luar objek hukum dan dapat lepas dari tanggung jawab hukum.

#### 4. MENDEFINISIKAN FENOMENA KOMUNIKASI YANG MENJADI OBJEK KAJIAN ILMU KOMUNIKASI

Hakikatnya, semua penyampaian pesan adalah komunikasi. Selama ada pesan yang disampaikan, bisa kita sebut komunikasi. Namun, tidak semua peristiwa penyampaian pesan adalah objek kajian ilmu komunikasi.

Ilmu komunikasi hanya mempelajari penyampaian pesan yang terjadi antarmanusia; manusia yang dimaksud adalah yang sehat akal budinya.

Lantas, apakah definisi komunikasi itu sendiri?

Komunikasi, sebagai kata yang abstrak, sulit didefinisikan. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Secara etimologis, “komunikasi” berasal dari kata Latin *communicatio* yang diturunkan dari kata *communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico* yang artinya berbagi. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.

Sebagai sesuatu yang tidak berwujud, setiap orang dapat mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang masing-masing, sebagaimana yang terkuip berikut ini:

1. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak) – Hovland, Jenis & Kelly, 1953.
2. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain, melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain – Berelson & Steiner, 1964.
3. Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan – Reusch, 1957.

Sebagai sesuatu yang nirwujud, bahkan anda pun bisa menurunkan definisi anda sendiri. Definisi komunikasi begitu beragam, tergantung fokus yang ingin anda jelaskan. Jika anda ingin menjelaskan tentang peranan media massa, gunakanlah definisi yang mengandung unsur media massa di dalamnya. Jika ingin menjelaskan adanya saling pengertian (*understanding*), gunakan definisi yang mengandung unsur itu.

Artinya, gunakanlah definisi yang bermanfaat bagi anda untuk menjelaskan fenomena yang ingin anda jelaskan. Atau, secara argumentatif, turunkanlah definisi anda sendiri.

Misalnya, jika anda ingin menggambarkan komunikasi yang terjadi antarmanusia, jangan gunakan definisi nomor 3 pada sampel di atas. Definisi itu menjadi tidak relevan dan baru tepat jika anda gunakan untuk menggambarkan komunikasi data, komunikasi mesin, atau terkait transportasi misalnya.

(Diambil dari Buku *Filsafat Ilmu Komunikasi, Pengantar Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*, oleh Dani Vardiansyah dan Erna Febriani, 2018)

## 5. GAYA KOMUNIKASI SEBAGAI CITRA DIRI



Dalam menyampaikan pesan, manusia memiliki gaya komunikasi berbeda-beda. Gaya komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana kepribadian seseorang dalam bingkai kehidupan sosial. Gaya komunikasi dapat mempengaruhi hubungan seseorang baik dalam karir maupun kehidupan sosial pribadi. Hal ini juga dapat mempengaruhi kesejahteraan emosional seseorang dan memungkinkan seseorang bekerja pada aspek yang dapat dilihat sebagai sesuatu yang negatif atau positif. Salah satu yang banyak berperan dalam pencitraan seseorang adalah kemampuan berbicara dan kepiawaian seseorang berkomunikasi secara luas. Keahlian ini akan membantu seseorang berkembang lebih cepat dalam karir dibandingkan lembar-lembar ijazah dan sertifikat kelulusan yang ada. Orang-orang sukses kebanyakan adalah orang-orang yang fleksibel dan luwes dalam berbincang-bincang dan pandai berkomunikasi, baik dengan orang di level bawah juga dengan level atasannya. Cara atau gaya berkomunikasi terkadang menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut. Bagaimana tidak, banyak orang yang memahami konten dengan baik tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Oleh karena itu dalam hal ini gaya komunikasi menjadi penting untuk diterapkan sebagai salah satu aspek yang dapat mempengaruhi *personal branding*.

Setiap orang memiliki gaya komunikasi masing-masing. Menurut Norton (1983) gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu:

- (a) Dominan, Komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraannya
- (b) Dramatic, Dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metaphora, cerita, fantasi dan permainan suara
- (c) *Animated Expressive*, Komunikator cenderung menggunakan bahasa nonverbal untuk memberi warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan

(d) *Open* , Komunikator bersikap terbuka, ramah tamah gregarious, tidak ada rahasia dan approachable, sehingga timbul rasa percaya dan terbentuk komunikasi dua arah

(e) *Argumentative* , Komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berargumen (f) *Relaxed*, Komunikator lebih tenang, sabar dan menyenangkan

(g) *Friendly*, Komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain

(h) *Attentive*, Komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitif

(i) *Precise*, Komunikator lebih fokus pada ketelitian, dokumentasi dan bukti dalam informasi dan argumentasi dan

(j) *Impression Leaving*, Kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya. (Cremer, 1997:4)

Gaya komunikasi sendiri didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari 1 gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari *sender* dan harapan dari *receiver* (Suranto, 2011:51). Ada empat tipe dasar yang digunakan untuk menggambarkan gaya komunikasi seseorang,

**Pertama**, Komunikasi Pasif, seseorang dengan komunikasi pasif ini tidak pernah membela diri sendiri, jika seorang komunikator pasif, mereka akan menghindari untuk mengungkapkan pikiran, perasaan dan opininya. Ketika seseorang mengekspresikan perasaan sendiri dengan cara meminta maaf yang terkadang diabaikan oleh orang lain. Bahkan sebagai komunikator pasif, seseorang akan mengizinkan orang lain untuk mengambil keuntungan dengan melanggar hak-hak diri sendiri. Akibatnya, seseorang dengan tipe seperti ini akan merasa cemas, terjebak dan putus asa karena dirinya berada diluar kendali hidup. Perilaku seseorang dengan tipe ini membiarkan orang lain untuk mendominasi. Komunikator pasif ini dapat menjadi komunikator yang lebih kuat dengan menegaskan dirinya sendiri.

**Kedua**, Agresif, seseorang dengan tipe ini akan tetap mempertahankan diri sendiri secara langsung namun terkadang berperilaku tidak pantas. Komunikasi verbalnya terkesan melecehkan dan melanggar hak orang lain. Pribadi agresif juga berasal dari rassa rendah diri yang dilampiaskan dalam bentuk dominasi kekuasaan. Sebagai komunikator agresif, seseorang mencoba untuk mendominasi dan mengancam, sering mengkritik dan menyalahkan lemahnya orang lain untuk mendapat kekuasaan. Bahasa tubuhnya terlihat sombong dan cepat marah kalau tidak sesuai dengan keinginan. Sebagai hasilnya, si Agresif ini akan dijauhi orang lain dan merasa lepas kendali. Komunikasi agresif melibatkan manipulasi, mereka akan membuat orang lain melakukan apa yang mereka inginkan dengan menginduksi rasa bersalah atau menggunakan intimidasi. Untuk menjadi komunikator yang lebih efektif, haruslah mengekspresikan diri secara langsung, jujur dan harus menghormati orang lain.

**Ketiga**, Pasif-Agresif, tipe ini tidak berhubungan langsung dengan masalah. Mereka tampaknya tidak memiliki masalah dengan orang lain, sedangkan secara tidak langsung mengekspresikan kemarahan Anda dan frustrasi. Sebagai komunikator Pasif-Agresif, seseorang ini menggunakan sarkasme, penolakan dan bahasa tubuh yang membingungkan. Komunikator ini, menghindari konfrontasi langsung, namun

berupaya untuk mendapatkan bahkan melalui manipulasi. Mereka sering merasa tidak berdaya dan kesal. Mereka sering mengatakan “ya” ketika mereka benar-benar ingin mengatakan “tidak”. Pasif-Agresif komunikator sering sarkatis dan berbicara tidak baik tentang orang-orang dibelakang punggung mereka.

**Keempat**, Tegas. Seorang komunikator dikatakan kuat jika memiliki tipe ini. Jika seorang komunikator tegas, maka mereka akan efektif menyatakan pikiran dan perasaan secara jelas dan hormat. Mereka menangani masalah tanpa melanggar atau mengasingkan orang lain. Mereka cenderung memiliki sehat harga diri yang tinggi. Sebagai komunikator tegas, bahasa tubuhnya pun tenang, kontrol diri dan mendengarkan aktif (Cangara, 2008:1).

Caroon B. Goode mengemukakan 4 gaya komunikasi, yang meliputi;

(1) *Gaya behavior*, dimana komunikator yang memiliki *gaya behavior* tersebut lebih menyenangi kebebasan ekspresi diri.

(2) Gaya kognitif, orang seperti ini membutuhkan pengakuan dan pemahaman. Pemahaman mereka, orang yang berpikir serius.

(3) Gaya interpersonal, orang seperti ini membutuhkan apresiasi dalam komunikasi, mereka sangat menuntut kejujuran

(4) Gaya afektif, orang seperti ini dinamakan juga sebagai seorang yang visioner atau bahkan juga disebut pemimpi (Saunders, 2004:493)

Enam gaya komunikasi versi Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996: 115) juga akan menambah khasanah keilmuan sebagai berikut

a) Gaya komunikasi mengendalikan

Gaya komunikasi mengendalikan (dalam bahasa Inggris: *The Controlling Style*) ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one way communications. Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengirim pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini tidak berusaha “menjual” gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. *The controlling of communication* ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula.

b) Gaya komunikasi dua arah

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya setiap anggota dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way communication*). Orang-orang ini yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap

kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi diantar para anggota.

c) *The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi.

d) *The Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). The dynamic style of communication ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa wiraniaga. Tujuan gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

#### e) *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebankannya.

#### f) *The Withdrawal Style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Komunikasi yang tidak sehat mempengaruhi kesan yang diciptakan, beberapa gaya komunikasi tidak sehat dibawah ini harus anda hindari:

Terdapat beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai penyebab gaya komunikasi yang mampu merefleksikan atau memberikan pandangan mengenai interaksi antar individu.

## 6. GAYA KOMUNIKASI SESUAI DENGAN KEPERIBADIAN

Menurut *Myers-Birggs Type Indicator (MBTI)* atau adalah psikotes yang dirancang untuk mengukur preferensi psikologis seseorang dalam melihat dunia dan membuat keputusan. Kepribadian setiap orang didasarkan pada empat kecenderungan skala yang saling bertolak belakang yakni *ekstrovert vs introvert, sensing vs intuition, thinking vs feeling dan perceiving vs judging*. Dari empat kecenderungan tersebut terdapat ciri khas dan perbedaan dalam berkomunikasi. Seperti yang dikutip dari artikel *idttimes.com* terdapat perbedaan cara berkomunikasi tiap kepribadian tersebut yaitu:

### 1. Ekstrovert vs Introvert



### Ekstrovert

Seorang *ekstrovert* senang berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya, mudah dalam bergaul, dan berfokus pada dunia luar. Mereka terlihat lebih ekspresif dan ramah saat berkomunikasi. Karena pada dasarnya mereka lebih senang bertemu secara langsung dengan lawan bicara dibanding hanya menulis melalui media komunikasi.

### Introvert

Sedangkan individu dengan kepribadian *introvert* adalah individu yang lebih menyukai aktivitas individual dan cenderung lebih dipengaruhi oleh dunia subjektif yaitu dunia di dalam dirinya. Mereka cenderung kurang nyaman saat berkomunikasi secara langsung dengan orang lain dan terlihat kurang ekspresif dalam berkomunikasi. Tapi jangan salah! Meskipun terlihat kurang ekspresif, individu *introvert* sangat memperhatikan alur dan menganalisis informasi yang diterima. Jika diharuskan untuk berkomunikasi dengan orang lain, mereka lebih menyukai komunikasi *one by one*.

## 2. Sensing vs Intuition



## Sensing

Individu berkepribadian *sensing* melihat segala sesuatu berdasarkan fakta konkrit dan realistis. Karenanya mereka berkomunikasi berdasarkan fakta, apa yang dilihatnya, dan hal-hal yang dapat dijelaskan secara inderawi. Mereka cukup detail menjelaskan suatu hal saat berkomunikasi dengan orang lain, dan objektif dalam menyampaikan kritik.

## Intuition

Mereka dengan kepribadian tipe ini memiliki pemikiran abstrak, konseptual, dan melihat berbagai kemungkinan yang dapat terjadi, dan sangat inovatif. Mereka menunjukkan cara berkomunikasi yang selalu menekankan pada makna. Seringkali memperhatikan bahasa tubuh dan nada suara lawan bicaranya untuk memaknai apa yang dikomunikasikan. Jadi perhatikan bahasa tubuh Anda ya saat berkomunikasi dengan individu bertipe kepribadian ini. Hehehe..

### 3. Thinking vs Feeling



## Thinking

Tipe *thinking* mengambil keputusan berdasarkan logika, analisa, berorientasi pada tugas, dan konsisten. Mereka sangat menyukai komunikasi yang logis. Dalam perbincangan mereka tidak serta merta menjawab secara spontan apa yang ditanyakan oleh lawan bicara, mereka akan sejenak berpikir secara logis atas jawaban yang akan diutarakan.

## Feeling

Tipe *feeling* mengambil keputusan dengan melibatkan perasaan, rasa empati, serta value yang dipegangnya. Saat berkomunikasi mereka cenderung melibatkan emosional dari dalam dirinya, terlihat lebih menghayati dalam menyampaikan pembicaraan. Tapi terkadang mudah tersinggung karena orang dengan kepribadian tipe *feeling* cenderung melibatkan perasaan dalam berkomunikasi dengan orang lain.

### 4. Perceiving vs Judging



### Perceiving

Tipe *perceiving* adalah seorang yang adaptif, spontan, dan fleksibel dalam bertindak. Mereka cukup santai dalam berkomunikasi dengan orang lain dan dapat berbicara secara spontan. Bahkan saat mereka harus melakukan presentasi tanpa banyak persiapan, mereka adalah ahlinya.

### Judging

Sebaliknya, individu dengan tipe *judging* cenderung melakukan segala sesuatu secara sistematis, *step by step*, terstruktur, dan menyukai jadwal. Individu dengan tipe ini kurang menyukai hal-hal yang mendadak. Dalam berkomunikasi, mereka akan menata terlebih dahulu apa yang hendak mereka sampaikan kepada orang lain. Contoh lain ketika mereka ditunjuk untuk menjadi seorang pembicara dalam sebuah presentasi, maka mereka akan menata, menulis poin-poin apa yang akan disampaikan sebelum mereka menyampaikan presentasi yang di sampaikan.

## 7. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GAYA KOMUNIKASI

Menurut Dianne Hofner Saphiere (2005), beberapa faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi, antara lain:

- **Kondisi Fisik**

Sesuai dengan penjelasan di atas terlihat jelas bahwasannya kondisi fisik di mana kita melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Selain itu dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak.

- **Peran**

Persepsi akan peran kita sendiri (sebagai pelanggan, teman atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.

#### - Konteks Historis

Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa- bangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

#### - Kronologi

Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya seseorang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.

#### - Bahasa

Bahasa yang kita gunakan, “versi” dari bahasa yang kita ucapkan misalnya, Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika dan kelancaran kita dengan bahasa tersebut. Semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa Inggris berarti bahwa orang yang terbiasa berbahasa Jepang tidak sepenuhnya memahami dia, dan kemampuan ini akan memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.

#### - Hubungan

Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya dia dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Selain itu, pola kita mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional.

#### - Kendala

Metode yang seseorang gunakan untuk berkomunikasi (misalnya, beberapa orang membenci e-mail atau panggilan telepon) dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi.

### 8. VARIASI VOKAL MEMPENGARUHI PESAN YANG DISAMPAIKAN

Variasi vokal dapat mempengaruhi gaya berkomunikasi seseorang. Dalam hal ini variasi suara atau bagaimana seseorang mengelola suaranya agar enak dan jelas didengar perlu dipahami. Dalam personal Branding, penting untuk menyampaikan dengan jelas pesan yang tersembunyi salah satunya dengan *verbal communication*.

#### Instrumen Berbicara

Memproduksi suara yang baik memerlukan instrument yang dibagi ke dalam empat bagian sebagai berikut:

##### a. Motor

Motor berfungsi sebagai pemompa udara untuk menyaring udara. Motor terdiri dari:

Paru-paru, yang terdiri dari ruang dalam dada kita yang mampu menampung sejumlah udara.

Pipa pembuluh bronkial, yang mengubah atau mengonversi udara melalui jalur pipa udara (*trachea*) yang kemudian membentuk embusan udara ke tulang, tulang rusuk, jaringan otot, dan tulang rawan muda untuk

melayani kerja motor di tempatnya, serta mendukung otot yang siap untuk berkontraksi dengan ruang udara yang tersedia di paru-paru, yang akhirnya udara tersebut akan ditarik dan dilepaskan melalui mulut.

#### b. Vibrator

Udara yang telah disaring dalam paru-paru yang dialirkan oleh pipa udara (trachea) ke pangkal tenggorokan (larynx), di sinilah letak unit vibrasi. Pangkal tenggorokan terletak di bagian paling atas dekat jalur pipa udara dan sangat fleksibel untuk ditarik ke atas atau diturunkan ke bawah dengan otot. Pangkal tenggorokan terdiri dari beberapa kelompok tulang rawan muda yang berkumpul dalam satu tempat yang saling terhubung.

#### c. Resonator

Rongga-rongga udara yang ada di bagian kepala dan tenggorokan. Resonator berfungsi memperjelas suara. Tanpa resonator suara akan terdengar sangat lemah dan tipis.

Resonator utama terletak di bagian paling atas pangkal tenggorokan, kerongkongan dan rongga hidung. Rongga ini seperti resonator instrument yang dapat memperjelas dan memperhalus suara.

Resonator mampu membuat variasi suara berubah-ubah; merdu, lembut atau keras dan kasar.

#### d. Artikulator/modifikator

Artikulator fungsinya adalah menajamkan kualitas suara. Instrumen tubuh yang mampu mengartikulasikan suara adalah: lidah, bibir, gigi, rahang muka dan langit-langit mulut.

Dengan menghidupkan huruf konsonan seperti "s" "p" "k" atau "m" kalimat akan terdengar lebih indah dan tajam.

Exercise:

Ucapkan -- tegas

Ucapkan -- patuh

Ucapkan -- kobarkan

Awalnya akan terasa janggal karena tidak terbiasa, namun jika sudah terbiasa kualitas suara akan semakin tajam sehingga pesan akan terdengar jelas dan audiens akan lebih tanggap dengan maksud dan tujuan Anda berbicara.

## 9. VARIASI VOKAL



- **Animasi (*Animation*)**

Suara animasi berubah dalam bentuk pitch, kecepatan dan tekanan. Jenis suara ini sangat hidup, bersemangat, menunjukkan ketulusan dan kesungguhan dari pemilik suara. Selain itu, jenis suara ini juga mencerminkan keinginan pembicara untuk mengomunikasikan pemikirannya kepada para audiens dan menunjukkan betapa dinamis dan pintarnya pembicara.

- **Kemampuan mengeluarkan suara untuk didengar (*Audibility*)**

Kondisi di mana setiap pendengar atau audiens mampu mendengar dengan baik setiap kata yang diucapkan oleh pembicara publik dan pembicara memiliki kemampuan untuk melakukan variasi volume suara sesuai kebutuhan audiens.

- **Diksi (*Diction*)**

Kemampuan untuk memproduksi suara yang jernih yang sangat menunjang kemampuan untuk berbicara dan bernyanyi.

- **Kejernihan Suara (*Clarity*)**

Suara presentasi yang baik lahir dari lancar dan fasihnya kalimat yang kita ucapkan. Kegagapan dalam berbicara membuat sebagian besar pendengar merasa terganggu dan terusik.

- **Perubahan Nada (*Inflection*)**

Adalah kemampuan manusia mengubah suaranya pada sebuah kalimat sebelum kalimat tersebut dituntaskan. Perubahan nada suara ini dilakukan dengan meninggikan pitch. Perubahan nada yang cenderung melengking ini dimaksudkan untuk menegaskan makna sebuah kata.

- **Langgam Suara/Intonasi**

Intonasi suara adalah kemampuan manusia mengatur nada suara naik dan turun. Setiap suku atau masyarakat daerah di Indonesia cenderung memiliki langgam suara yang unik dan sangat khas yang tidak dimiliki suku atau daerah lain.

Langgam suara masyarakat Indonesia yang khas antara lain: Papua, Ambon, Aceh, Batak dan lainnya.

- **Kecepatan (*Rate*)**

Cepat atau lambatnya bicara ditentukan dari seberapa cepat atau seberapa lambat seorang presenter ingin menyelesaikan sebuah kalimat. Jika sebuah kalimat yang sama dibaca oleh dua orang, mungkin saja waktu untuk menyelesaikan kalimat itu berbeda. Tergantung kepada keputusan seseorang, apakah ia ingin mengulur waktu atau justru menyelesaikannya secepat mungkin.

- **Menyenangkan (*Pleasantness*)**

Suara yang menyenangkan pendengar ada beragam bentuk dan tampilan, yang sangat tergantung pada kecepatan suara (*rate*) maupun tenaga.

Suara yang menyenangkan tidak terdengar parau, kasar, melengking, mendengkur, serak dan batuk. Suara yang menyenangkan terpancar dari suasana hati yang bahagia, tercermin pula dari air muka bahagia.

- **Tinggi Nada (*pitch*)**

Tinggi nada dikendalikan dari ketebalan atau kekentalan pita suara dan seberapa cepat kemampuan vibrasi/getaran dilakukan. Sebuah suara dapat diukur derajat ketinggian dan kerendahan lengkingannya.

Umumnya, suara lengkingan wanita lebih tinggi dibandingkan pria karena pita suara wanita lebih panjang.

- **Langkah Suara (*Pace*)**

Adalah langkah dari satu kata ke kata lain sangat menentukan berapa banyak waktu yang kita perlukan untuk menyelesaikan sebuah presentasi. Langkahnya yang terlalu pendek membutuhkan waktu lama untuk menyelesaikannya. Sebaliknya, semakin lebar langkah akan semakin cepat jarak ditempuh, namun ada konsekuensi lainnya, yaitu audiens mungkin dapat tertinggal.

- **Penekanan (*Stressing*)**

*Stressing* adalah cara penekanan bicara yang dilafalkan tepat pada kata itu sendiri atau di bagian lain seperti sesudah dan sebelum kata itu.

- **Nada Suara (*Tone*)**

Merupakan kualitas suara yang menunjukkan perasaan, simpati, ekspresi dari hati seorang pembicara. Kalimat yang diucapkan mungkin sama, namun jika diucapkan dengan nada berbeda dapat memiliki makna berbeda.

“Bagus sekali tindakan Anda” dapat bermakna ganda ketika diucapkan dengan nada yang tulus dan diucapkan dengan nada sentakan yang tinggi dan menghakimi.

- **Variasi Vokal (*Vocal Variety*)**

Pembicara yang terlatih dan mumpuni mampu menaikkan dan menurunkan lengkingan suara, kecepatan suara, kualitas/warna dan volume suara tergantung dari ritme presentasi. Pembicara yang berkualitas tidak pernah tampil kaku dan monoton.

## **LATIHAN 1 MELATIH VOLUME**

Dengan bisikan ucapkan:

Saya akan menjadi mahasiswa yang berpikiran cerdas dan berjiwa nasionalisme

Dengan suara lembut ucapkan:

Saya akan menjadi mahasiswa yang berpikiran cerdas dan berjiwa nasionalisme  
Lebih kencang lagi, ucapkan:  
Saya akan menjadi mahasiswa yang berpikiran cerdas dan berjiwa nasionalisme  
Super kencang dan lantang, ucapkan:  
Saya akan menjadi mahasiswa yang berpikiran cerdas dan berjiwa nasionalisme

## LATIHAN 2 CARA BERNAPAS

Berikut tiga tips untuk melakukan latihan pernapasan untuk menghasilkan suara yang baik:

### 1. Latihan Otot

Ambil posisi duduk atau berdiri yang nyaman, relaks dan santai. Pejamkan mata Anda, lalu mulailah hirup udara sebanyak mungkin selama lima detik. Bisakah Anda rasakan area dada dan perut Anda membesar?

Sekarang keluarkan dengan perlahan udara yang sudah dihirup, letakkan kedua tangan Anda di perut sambil menekan dengan perlahan sisa udara agar semuanya keluar.

Latihan ini akan menggerakkan otot perut membantu menghirup udara dengan lancar dalam satu kali tarikan napas.

Lakukan latihan ini selama lima menit setiap hari dalam waktu seminggu dan rasakan perubahannya minggu depan.

### 2. Mengeluarkan Napas Dua Kali Lebih Lama

Sama dengan latihan otot di atas, hirup udara sebanyak mungkin dan tahan selama lima detik, sambil Anda bersuara menghitung angka 1 sampai 5.

Exercise:

Tarik nafas sambil hitung:

1                    2                    3                    4                    5

Sekarang lepaskan perlahan udara yang sudah dihirup dalam hitungan 1-10 dan embuskan semua udara yang sudah Anda hirup sebelumnya, letakkan kedua tangan Anda diatas perut untuk membuang sisa udara yang belum keluar. Setelah itu naikkan dua kali lipat untuk menhirup dan menghembuskannya.

Hembuskan sambil hitung:

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

Latihan ini akan meningkatkan kemampuan menghirup udara, dan memperkuat struktur suara yang dihasilkan setiap selesai menghirup udara.

### 3. Streching and Relax

Dalam melaksanakan tugas sebagai pembawa acara, kita sering kali mengalami hal yang membosankan, yakni menunggu giliran tampil. Jika kita terlalu lama berdiam diri, tubuh kita perlu dihangatkan agar nantinya saat tampil rasa bosan sudah hilang dan kita bersemangat lagi.

Cara menghilangkan kebosanan:

Ambil posisi duduk santai ☐ arahkan pandangan ke depan ☐ satukan jari-jari kedua tangan ☐ rentangkan keatas kepala setinggi-tingginya ☐ tundukkan kepala dan rasakan sampai otot-otot tubuh terasa tertarik ☐ luangkan waktu 30 detik ☐ hirup udara dan tahan selama 5 detik ☐ hembuskan nafas dengan perlahan.

Ulangi dengan kemiringan 15 derajat ke kiri dan ke kanan

\*Latihan diatas dapat membantu anda mengelola suara dan menambah variasi vokal jika dilakukan secara rutin dan berkala.

### **Daftar Pustaka**

D.D Cremer , *How Self Relevant is Fair Treatment? Social Self Esteem Moderates Interactional Justice Effects* (Social Justice Research, Vol.17, 1997)

Saphiere, Dianne Hofner et.al. 2005. *Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*. Boston: Intercultural Press.

Suranto Aw. *Komunikasi Antarpribad*( Jakarta: Universitas Terbuka,2011).

Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008)

Mark N. K. Saunders, *Trust and Mistrust in Organizations*, London: European Of Work and Organizational Psychology, 2004)

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar* Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996